



INCLUSIVE
AND SUSTAINABLE
TOURISM
GAMIFICATION
IN SCHOOL EDUCATION

Πρακτικός Οδηγός Οικολογικού και Συμπεριληπτικού Τουρισμού για Εκπαιδευτικούς Σχολείων

ERASMUS+ Cooperation partnerships in school education
2021-1-FR01-KA220-SCH-000032655



**Funded by
the European Union**

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein



INCLUSIVE
AND SUSTAINABLE
TOURISM
GAMIFICATION
IN SCHOOL EDUCATION

Πρακτικός Οδηγός Οικολογικού και Συμπεριληπτικού Τουρισμού για Εκπαιδευτικούς Σχολείων

ERASMUS+ Cooperation partnerships in school education
2021-1-FR01-KA220-SCH-000032655



**Funded by
the European Union**

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein



Μέσα στον οδηγό θα βρείτε τα παρακάτω εικονίδια:



ιαδραστικό στοιχείο ή ευρετήριο



Συνεργάτες



Communauté de communes du Sud-Corse, *Γαλλία*



Coopérative d'activité et d'emploi Petra Patrimonia Sud, *Γαλλία*



Igor Vitale International srl, *Ιταλία*



Liceul Tehnologic de Turism Calimanesti, *Ρουμανία*



Syllogos Ekpaidefsis Kai Anaptixis Atomon Me Idikes Angkes, *Ελλάδα*



Acelera Labs, *Ισπανία*



White Manager srl, *Ιταλία*



Rivensco Consulting Ltd, *Κύπρος*



Nacionalna profesionalna gimnaziya po veterinarna medicina "Profesor Doktor Dimitar Dimov", *Βουλγαρία*



Mamak District Directorate of National Education, *Τουρκία*

Περιεχόμενα

 Κάντε κλικ στην κάρτα για να μεταβείτε στην ενότητα



Επισκοπήση της επιστημονικής έρευνας και των υφισταμενων πολιτικών στη γαλλία



1. Πώς να ενθαρρύνετε τον οικολογικό τουρισμό



2. Πώς να ενθαρρύνετε την προώθηση και υιοθέτηση υγιεινών και βιώσιμων τροφίμων στο σύστημα φιλοξενίας και την προώθηση των τοπικών περιοχών



3. Ψυχολογία λήψης αποφάσεων για την υιοθέτηση φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών στον τουριστικό τομέα



4. Πώς να προωθήσετε τουριστικές δραστηριότητες χωρίς αποκλεισμούς



5. Τρόπος προώθησης της απασχολησιμότητας των εργαζομένων με αναπηρία



6. Ηθική επικοινωνία βιώσιμων στόχων στον τουριστικό τομέα



7. Η χρήση της προσέγγισης gamification και των ψηφιακών εργαλείων για την προώθηση των φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών στον τουριστικό τομέα



8. Πώς να ενθαρρύνετε φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές στα μέλη του προσωπικού



9. Πώς να μειώσετε τη σπατάλη τροφίμων στα συστήματα φιλοξενίας



10. Πρακτικές ασκήσεις για τους δασκάλους που θα εφαρμοστούν στην τάξη



Επισκοπήση της
επιστημονικής
ερευνας και των
υφισταμένων
πολιτικών στη γαλλία

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΣΤΗ ΓΑΛΛΙΑ

Ο τουρισμός στη Γαλλία είναι ένας σημαντικός οικονομικός τομέας, τόσο για τους Γάλλους που επιλέγουν να περάσουν τις διακοπές τους εκεί όσο και για τους ξένους που έρχονται για να μείνουν. Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, από τη δεκαετία του 1990, η Γαλλία είναι ο κορυφαίος τουριστικός προορισμός παγκοσμίως (89 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις τουριστών το 2017).

Πράγματι, η Γαλλία, λόγω της γεωγραφικής ποικιλομορφίας, της ιστορίας και του πολιτισμού της, είναι ο κορυφαίος τουριστικός προορισμός στον κόσμο για πολλά χρόνια: Λόγω της γεωγραφικής της θέσης, η Γαλλία βρίσκεται στο σταυροδρόμι της Ευρώπης. Είναι μια περιοχή διέλευσης για ταξίδια από τη βόρεια προς τη νότια Ευρώπη. Βρίσκεται στην καρδιά της ευρωπαϊκής τουριστικής αγοράς και αποτελεί το σημείο εισόδου στην Ευρώπη για ευρωπαϊκές διαμονές για διεθνείς τουρίστες.

Αλλά αν είναι αλήθεια ότι ο τουρισμός έχει ισχυρή επιρροή στην οικονομία της Γαλλίας, είναι επίσης αλήθεια ότι ο μαζικός τουρισμός στη Γαλλία έχει μεγάλο αντίκτυπο στο περιβάλλον. Ορισμένες τουριστικές τοποθεσίες άρχισαν να βρίσκουν τρόπους για να περιορίσουν τον αριθμό των ατόμων που έχουν πρόσβαση στις τοποθεσίες, αλλά εξακολουθεί να μην είναι αρκετό για την προστασία αυτών των τόπων.

Εάν η Γαλλία θέλει να παραμείνει στην κορυφή των τουριστικών προορισμών, θα πρέπει να προσαρμοστεί στις νέες επιθυμίες του τουρίστα. Ο οργανισμός Atout France, ο κορυφαίος οργανισμός για τον τουρισμό στη Γαλλία (είναι επίσης υπεύθυνος για την ταξινόμηση των ξενοδοχείων) προσανατολίζει τον τουρισμό να είναι πιο βιώσιμος, αλλά θα χρειαστεί λίγος χρόνος για να ακολουθήσει η τουριστική βιομηχανία.

1. Παραθαλάσσιος τουρισμός

Με συνολικά 5.500 km ακτογραμμής στην ηπειρωτική Γαλλία, συμπεριλαμβανομένων 1.948 km παραλιών σε 4 θαλάσσιες ακτές, 473 μαρίνες, 5.000 km μονοπατιών πεζοπορίας και 3.000 km ποδηλατικών διαδρομών, η ακτογραμμή είναι ο κορυφαίος τουριστικός προορισμός της Γαλλίας.

Αυτή η ακτογραμμή είναι που έχει δημιουργήσει τον τουρισμό στη Γαλλία. Πράγματι, με την άφιξη των αμειβόμενων διακοπών στη Γαλλία, ο τουρισμός έχει εκδημοκρατιστεί στη χώρα και τα παραθαλάσσια θέρετρα έχουν ανθίσει σε όλη την ακτή. Ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων έχει προστεθεί στην προσφορά του παράκτιου τουρισμού: ενοικίαση σκαφών, οργανωμένο θαλάσσιο ψάρεμα, ρεγκάτες, εκπαιδευτικά μαθήματα, εκδρομές κ.λπ. Όλες αυτές οι δραστηριότητες προσελκύουν όλο και περισσότερο κόσμο κάθε χρόνο.

Η Μεσόγειος παραμένει ο κορυφαίος γαλλικός προορισμός κρουαζιέρας και η Μασσαλία η πιο δημοφιλής στάση στη Γαλλία. Ο Ατλαντικό ως προορισμός, σημειώνει σταθερή πρόοδο, οδηγούμενος από τα λιμάνια της Χάβρης, του Χερβούργου και της Λα Ροσέλ. Το ίδιο ισχύει και στην Καραϊβική, με το Fort-de-France και το Pointe-à-Pitre να βρίσκονται στην τρίτη και δεύτερη θέση αντίστοιχα ως λιμάνια αναχώρησης μετά τη Μασσαλία.

2. Ορεινός τουρισμός

Η πεζοπορία, μια κατ' εξοχήν υπαίθρια δραστηριότητα χάρη στο άνοιγμα της στο ευρύ κοινό, είναι ένας αναμφισβήτητος φορέας οικονομικής ανάπτυξης μέσω του τουρισμού.

Η παρουσία πολυάριθμων μονοπατιών πεζοπορίας δημιουργεί τουριστική έλξη, ένα καλό παράδειγμα της οποίας είναι η Κορσική λόγω

του πλήθους των μονοπατιών πεζοπορίας που προσφέρονται στους τουρίστες, επιτρέποντάς τους να διασχίσουν το νησί από τη μια πλευρά στην άλλη. Η πεζοπορία αναμφίβολα δημιουργεί οικονομικές επιπτώσεις για τις αγροτικές περιοχές που διασχίζει, προωθώντας έτσι την ανάπτυξη αυτών των περιοχών.

Το παγκοσμίου φήμης GR20, το οποίο εμφανίστηκε το έτος μετά τη δημιουργία του Corsican Regional Natural Park (PNRC), διασχίζει την Κορσική από βορρά προς νότο, από την Calenzana (στο Balagne) έως την Conca (στην Alta-Rocca), διασχίζοντας πολλές κοινότητες σε όλη την περιοχή (βλ. χάρτη παρακάτω).

Το μονοπάτι Grande Randonnée βρίσκεται στην καρδιά της επικράτειας του Parc Naturel Régional de Corse, το οποίο διαχειρίζεται 13 καταφύγια, τα οποία βρίσκονται όλα στο μονοπάτι του GR20. Αυτά τα καταφύγια προσελκύουν χιλιάδες τουρίστες κάθε χρόνο.

Πρέπει να σημειωθεί ότι οι ορεινές πόλεις και τα χωριά διέπονται από έναν νόμο που ονομάζεται «νόμος του βουνού», ο οποίος στοχεύει να ρυθμίσει την κατασκευή σε αυτές τις κοινότητες.

3. Πολιτιστικός τουρισμός

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες για την ελκυστικότητα της Γαλλίας. Σχεδόν οι μισοί από τους 84,5 εκατομμύρια ξένους τουρίστες που επισκέφθηκαν τη Γαλλία το 2015 ανέφεραν τις πολιτιστικές επισκέψεις ως έναν από τους λόγους της παραμονής τους. Μεταξύ αυτών, τα δύο τρίτα των επισκέψεων σε μουσεία έγιναν από ξένους επισκέπτες.

Η Γαλλία έχει μια κληρονομιά που είναι καλά κατανοημένη σε όλη την επικράτειά της και καλά προστατευμένη από τις αρχές του 19ου αιώνα. Ο νόμος Malraux για τους «προστατευμένους τομείς», η δημιουργία «οικολογικών μουσείων», η δημιουργία από το CNMHS της ετικέτας «πόλεις και χώρες τέχνης και ιστορίας» και οι πολιτικές πολιτιστικής

κληρονομιάς δίνουν μια νέα αποδοχή στην έννοια της κληρονομιάς.

Αρκετές πόλεις έχουν πάρει την πολιτιστική διαδρομή. Η Λυών, για παράδειγμα, είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα. Η πόλη διοργανώνει κάθε χρόνο το Φεστιβάλ των Φώτων. Εκατοντάδες χιλιάδες άνθρωποι έρχονται κάθε χρόνο για να γιορτάσουν τους αδελφούς Lumière, με τεράστια οικονομικά οφέλη.

4.Επιχειρηματικός τουρισμός

Με περισσότερα από 24.000 επαγγελματικά ταξίδια και 78.000 διανυκτερεύσεις από τους Γάλλους σε επαγγελματικά ταξίδια το 2017, ο επιχειρηματικός τουρισμός είναι αναμφίβολα ένας σημαντικός τομέας. Οι δαπάνες για τον τουρισμό αντιπροσωπεύουν περίπου το 20% της συνεισφοράς του τουριστικού τομέα στο γαλλικό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν.

Η Γαλλία είναι κορυφαίος τομέας στην επιχειρηματική οικονομία στην Ευρώπη και ως εκ τούτου ο επιχειρηματικός τουρισμός αποτελεί μεγάλο μέρος της παγκόσμιας τουριστικής οικονομίας.

Οι κυριότεροι κερδισμένοι είναι φυσικά οι εταιρείες του κλάδου (πρακτορεία, διοργανωτές και πάροχοι υπηρεσιών) που επωφελούνται από το 52% των χρηματοοικονομικών επιστροφών. ενώ ξενοδόχοι, μεταφορείς και ιδιοκτήτες εστιατορίων μοιράζονται το υπόλοιπο 48%.

Όσον αφορά τη γεωγραφική κατανομή, η περιφέρεια Ile-de-France οδηγεί στην κατάταξη ανά περιοχή. Δεσμεύει το 32% των επιστροφών.

Οι γαλλικές εταιρείες φαίνεται να προτιμούν τη γεωγραφική εγγύτητα, επιλέγοντας τοποθεσίες που είναι πιο κοντά στο σπίτι για να μειώσουν το κόστος, αλλά αρκετά μακριά ώστε να μην αισθάνονται ότι μένουν στο γραφείο. Έτσι, 6 στους 10 εργαζόμενους προσκαλούνται σε εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στην περιοχή τους.

5.Οικοτουρισμός

Αν και είναι αλήθεια ότι ο οικοτουρισμός βρίσκεται στο επίκεντρο του οδικού χάρτη της Atout Γαλλίας, η χώρα δεν είναι πραγματικά πρόδρομος στον αειφόρο τουρισμό. Ορισμένες χώρες, όπως η Κόστα Ρίκα, επέλεξαν τον πράσινο και πραγματικά βιώσιμο τουρισμό, κυρίως με την κατεύθυνση προς την ουδετερότητα των εκπομπών άνθρακα. Ωστόσο, ορισμένες καλές πρακτικές αυξάνονται στη Γαλλία ως νέα τάση. Πράγματι, η πανδημία ανάγκασε τις υπάρχουσες επιχειρήσεις να αναθεωρήσουν το επιχειρηματικό τους μοντέλο και να στραφούν σε μια πιο βιώσιμη και τοπική μορφή τουρισμού, η οποία έχει μεγαλύτερη ζήτηση σε περιόδους πανδημίας. Πράγματι, χωρίς να μπορούν να ταξιδέψουν όπως θέλουν, οι πολίτες που έχουν ανάγκη να ταξιδέψουν όπως θέλουν, οι πολίτες που αναζητούν μια αλλαγή τοπίου δείχνουν την επιθυμία να ξαναβρούν την καθημερινότητά τους.

Πηγές

- RICHEZ G. et RICHEZ-BATTESTI J. (1991) « Les activités sportives de pleine nature dans l'espace rural corse ».
- RICHEZ G. (1983) Le Parc Naturel Régional de la Corse onze ans après. Méditerranée.
- ATOUT FRANCE
- UNWTO World Tourism Barometer
- Delfau, E. (2015). Le tourisme : quelle ambition pour la France ?. Annales des Mines - Réalités industrielles, 2015.
- BENHAMOU F. (2009). L'économie de la culture. Septième édition. Collection Repères.
- T. DAUM, et E. GIRARD. (1997) Du voyage rêvé au tourisme de masse.
- F. DEPREST. (1997). Enquête sur le tourisme de masse : l'écologie face au territoire. Mappemonde. Belin.
- R. AMIROU. (2000) Imaginaire du tourisme culturel, Paris, PUF.

Ο αειφόρος τουρισμός μπορεί να οριστεί ως ο τουρισμός που λαμβάνει υπόψη τις περιβαλλοντικές, οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις, συμπεριλαμβανομένων των μελλοντικών, ικανοποιώντας τις ανάγκες των πελατών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής.

Είναι μια έννοια τόσο ευρεία που περιλαμβάνει όλες τις πτυχές και όλους τους παίκτες στην ταξιδιωτική εμπειρία. Ο πολιτιστικός εμπλουτισμός και η χαλάρωση λειτουργούν μαζί με προσοχή στα μέσα με τα οποία ταξιδεύει κανείς, πού κοιμάται, που τρώει, καθώς και στο ποια δρομολόγια επιλέγει για να μην βλάψει το περιβάλλον. Η ιδέα που προωθεί ο Αειφόρος τουρισμός είναι μια υπεύθυνη και φιλική προς το περιβάλλον ιδέα διακοπών.

1. Αειφόρος Τουρισμός στην Ιταλία

Ο αειφόρος τουρισμός αναπτύσσεται επίσης στην Ιταλία και δεν αφορά μόνο πελάτες αλλά εξαπλώνεται και στους φορείς εκμετάλλευσης. Η Τράπεζα της Ιταλίας, σε έκθεση του Δεκεμβρίου 2018 με τίτλο «Τουρισμός στην Ιταλία: αριθμοί και δυνατότητες ανάπτυξης», συνδέει άμεσα την εξέλιξη του κλάδου με την εστίαση στη βιωσιμότητα. Η έκθεση υιοθετεί μια σύσταση του ΟΑΣΕ (Οργανισμός για την Ασφάλεια και τη Συνεργασία στην Ευρώπη) προς τις κυβερνήσεις να κάνουν «πράσινες επενδύσεις»:

- Αύξηση της ενεργειακής απόδοσης των εγκαταστάσεων διαμονής.
- Βελτίωση της διαχείρισης των υδάτινων πόρων και των συστημάτων συλλογής αποβλήτων.
- προώθηση της φροντίδας της γης, της βιοποικιλότητας και της πολιτιστικής κληρονομιάς κάθε χώρας.

Ιδιαίτερα σημαντική για την Ιταλία είναι η προστασία και η ενίσχυση της πολιτιστικής της κληρονομιάς, ένα από τα αδιαμφισβήτητα πλεονεκτήματα της και η φροντίδα της γης. Εν ολίγοις, όχι μόνο οι βιώσιμες διακοπές βελτιώνουν τον Πλανήτη, αλλά βοηθούν επίσης τους φορείς που τις προωθούν και τις ενδιαφερόμενες τοπικές κοινότητες. Από φαινόμενο εθίμου, γίνονται απαραίτητος πόρος για την τοπική οικονομία, ευκαιρία για όλους.

Η προσοχή στον αειφόρο τουρισμό στην Ιταλία έχει σχεδόν διπλασιαστεί από την πανδημία. Μάλιστα, 3,7 εκατομμύρια Ιταλοί ενδιαφέρονται για το θέμα και από αυτούς σχεδόν το 60% είναι γυναίκες. Η αναφορά αυτών των δεδομένων είναι το Omio, μια ταξιδιωτική εφαρμογή που επιτρέπει σε όσους θέλουν να προγραμματίσουν τα ταξίδια τους να συγκρίνουν προσφορές.

Στην έρευνα του 2022 συμμετείχαν περισσότεροι από 2.000 ενήλικες, με μέσο όρο ηλικίας τα 41. Οι ερωτηθέντες μεταξύ 25 και 35 ετών έχουν κατά ένα τρίτο μεγαλύτερο ενδιαφέρον για το θέμα της βιωσιμότητας από τον μέσο όρο.

Η έρευνα του Omio δείχνει ότι οι ταξιδιώτες που επιλέγουν τον βιώσιμο τουρισμό στην Ιταλία κάνουν συγκεκριμένες επιλογές. Πρώτα απ' όλα, επιλέγει τα βιολογικά τρόφιμα και τα ηλεκτρικά οχήματα. Επιπλέον, προτιμούν να μένουν σε ένα bed and breakfast παρά σε ένα μεγάλο ξενοδοχείο.

Και πάλι, ο πράσινος τουρίστας προτιμά τα περιπετειώδη ταξίδια με το σακίδιο. Γι' αυτό ταξιδεύουν ελαφρά, με τρένο ή λεωφορείο και μένουν σε ξενώνες. Με αυτόν τον τρόπο μπορούν να εξοικονομήσουν χρήματα, να εξερευνήσουν μέρη και να κάνουν νέες συναντήσεις.

Σύμφωνα με την 8η Έκθεση «Ιταλοί, Βιώσιμος Τουρισμός και Οικοτουρισμός»:

- Το 41% των Ιταλών θεωρεί ότι ο βιώσιμος τουρισμός είναι ηθικά σωστός

- Το 58% των ταξιδιωτών προγραμματίζουν το ταξίδι τους αμφισβητώντας τη ζημιά που θα μπορούσε να προκαλέσει στο περιβάλλον
- Σχεδόν το 70% θα εγκατέλειπε το αυτοκίνητό του εάν ο προορισμός μπορούσε να φτάσει με τρένο

Όσο για το φαγητό:

- Το 93% προτιμά εστιατόρια που προσφέρουν προϊόντα από απόσταση 0 χλμ
- Το 81% επιλέγει εστιατόρια που χρησιμοποιούν υλικά βιολογικής γεωργίας

Σύμφωνα με την 11η Έκθεση «Ιταλοί, αειφόρος τουρισμός και οικοτουρισμός», τα επόμενα δέκα χρόνια, η ευαισθητοποίηση για τον αειφόρο τουρισμό και τον οικοτουρισμό θα αυξηθεί για το 69% των Ιταλών (+3% σε σύγκριση με την περσινή έρευνα). Το ποσοστό στο επίπεδο γνώσης του ορισμού του «αειφόρου τουρισμού» που νοείται ως εκείνος που σέβεται το περιβάλλον και επιδιώκει να μειώσει την κατανάλωση ενέργειας και χερσαίων πόρων αυξάνεται στο 85% (+2% σε σύγκριση με την τελευταία έρευνα). Συνολικά το 73% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι είναι ηθικά σωστό και κοντά στη φύση (+2% σε σύγκριση με την προηγούμενη έρευνα).

2. Τα οφέλη και τα εμπόδια του Βιώσιμου Τουρισμού

Η Ecobnb, μια διαδικτυακή ταξιδιωτική κοινότητα για τον αειφόρο τουρισμό, εξηγεί μερικά από τα οφέλη που έχει δει η Ιταλία μέσω του βιώσιμου και οικολογικού τουρισμού.

Πρώτον, οικονομικά οφέλη έχουν παρατηρηθεί στην Ιταλία μέσω του βιώσιμου τουρισμού που έχει προσφέρει μια έκρηξη ευκαιριών εργασίας

στη χώρα. Έτσι οι ντόπιοι μπόρεσαν να εργαστούν στην εξυπηρέτηση πελατών, σε ξενοδοχεία ή απλώς να βοηθήσουν στις μεταφορές, συνεργαζόμενοι με εταιρείες ταξί. Αυτά όμως δεν είναι μόνο οικονομικά οφέλη.

Από πολιτιστικής πλευράς έχει γίνει δουλειά για την υποστήριξη της ανάπτυξης και εν τέλει της διατήρησης των παραδοσιακών εθίμων στη χώρα. Αυτό όχι μόνο βοηθά αυτές τις κοινότητες με χρηματοδότηση για τις πολιτιστικές τους δραστηριότητες, αλλά και τις προστατεύει για τους μελλοντικούς τουρίστες, καθιστώντας τις πιο βιώσιμες.

Τέλος, τα κοινωνικά οφέλη του αειφόρου τουρισμού. Χάρη σε αυτά τα έσοδα από τον τουρισμό στη χώρα, σημειώθηκε αύξηση των υποδομών, από ανακαίνισμένους δρόμους έως βελτιωμένα συστήματα αποχέτευσης. Αυτό, ως αποτέλεσμα, βελτίωσε την ποιότητα ζωής στη χώρα και την έκανε πιο ελκυστική για τους τουρίστες.

Το άρθρο της Ecobnb συνοψίζει δηλώνοντας ότι μέσω του βιώσιμου τουρισμού στη χώρα σημειώθηκε αύξηση της ποιότητας που επέτρεψε στους χώρους κληρονομιάς της να παραμείνουν παρθένοι και καλά διατηρημένοι.

Ωστόσο, παρόλο που υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα από τον Αειφόρο Τουρισμό, υπάρχουν επίσης πολλά εμπόδια. Σύμφωνα με την έρευνα του Omio, τα κύρια εμπόδια στον πραγματικά βιώσιμο τουρισμό είναι τρεις παράγοντες: το κόστος, ο τρόπος ταξιδιού και η διάρκεια. Συγκεκριμένα, το 41% των ερωτηθέντων θα ήθελε να έχει διαθέσιμες φθηνότερες βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις ταξιδιού. Για το 19% των ανθρώπων, τα εισιτήρια λεωφορείων και τρένων είναι πολύ ακριβά για να προτιμηθούν από το πλοίο ή το αεροπλάνο. Όσον αφορά τους τρόπους ταξιδιού, το μεγαλύτερο πρόβλημα μπορεί να συνοψιστεί ως η έλλειψη πληροφοριών σχετικά με τις διαθέσιμες βιώσιμες επιλογές. Το 35% των ερωτηθέντων δήλωσε έλλειψη επιλογών και πληροφοριών σχετικά με βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις ταξιδιού. Αυτό το ποσοστό είναι ακόμη υψηλότερο μεταξύ των νεότερων ομάδων. Ένας άλλος καθοριστικός παράγοντας όσον αφορά τις βιώσιμες επιλογές ταξιδιού αφορά την

ταχύτητα: το 32% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι τα λεωφορεία και τα τρένα είναι πολύ αργά μέσα μεταφοράς, ενώ το 37% πιστεύει ότι αυτά τα μέσα είναι λιγότερο ευέλικτα από ένα αυτοκίνητο.

3.Το «Decreto Recovery 2021»

Ο αιεφόρος τουρισμός είναι επομένως μια εφικτή πραγματικότητα, αλλά χρειάζεται μια συνεργασία που δεν ξεκινά μόνο με τους τουρίστες, αλλά και μεταξύ των φορέων εκμετάλλευσης του κλάδου: θα πρέπει να δεσμευτούν να προσφέρουν δραστηριότητες και εμπειρίες που έχουν χαμηλό αντίκτυπο στο περιβάλλον και ταυτόχρονα, τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια θα πρέπει να ενδιαφέρονται για το περιβάλλον τόσο μέσω της επιλογής τροφίμων και προϊόντων κρασιού όσο και μέσω της κατανάλωσης ενέργειας και χημικών.

Το διάταγμα ανάκαμψης προέβλεπε επίσης ένα Ανακυκλούμενο Ταμείο Επιχειρήσεων, με χρηματοδότηση 180 εκατομμυρίων ευρώ, μέσω του οποίου μπορούν να χορηγηθούν άμεσες συνεισφορές στις δαπάνες που ανέρχονται στο 35% των δαπανών που πραγματοποιήθηκαν για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, την ψηφιακή καινοτομία και την ενεργειακή επανεκπαίδευση.

Στο πλαίσιο του Ταμείου, ιδρύεται τμήμα με την ονομασία «Ταμείο για τον Αειφόρο Τουρισμό» με δωρεά 500 εκατ. ευρώ για την υλοποίηση της προαναφερθείσας γραμμής έργου που είναι αφιερωμένη στην ανάπτυξη και ανθεκτικότητα των επιχειρήσεων στον τουριστικό τομέα, με 50 % αποθεματικό για παρεμβάσεις που στοχεύουν στη στήριξη επενδύσεων ενεργειακής επανειδίκευσης.

4.Παραδείγματα Βιώσιμου Τουρισμού στην Ιταλία

Λόγω των χαρακτηριστικών του, οι πρακτικές αιεφόρου τουρισμού στην Ιταλία ταξιδεύουν προς πολλές κατευθύνσεις. «Πράσινα», για

παράδειγμα, είναι τα «alberghi diffusi»: εγκαταστάσεις διαμονής που δεν καταναλώνουν επιπλέον γη με νέες κατασκευές, αλλά προσφέρουν διατροφή και διαμονή σε ανακαινισμένα κτίρια στα ιστορικά χωριά της Ιταλίας, όπως στους λόφους της δυτικής Ριβιέρας της Λιγουρίας ή στα βουνά Barbagia στη Σαρδηνία.

Σε άλλες περιπτώσεις, η μετατροπή αφορά κτίρια που γεννήθηκαν με εντελώς διαφορετικό προορισμό. Αυτή είναι η περίπτωση του χωριού των ανθρακωρύχων Narcao στο Sulcis (Σαρδηνία), που μετατράπηκε εκ νέου σε οικολογικό μουσείο ικανό να φιλοξενήσει 40 κλίνες, ή του πρώην θερμοηλεκτρικού σταθμού στο Πόρτο Τολέ, που θα μετατραπεί σε ένα καινοτόμο και βιώσιμο ανοιχτό αεροπορικό τουριστικό κόμβο που προσφέρει χώρους για θαλάσσια σπορ, εμπειρίες για την αξιοποίηση της περιβαλλοντικής αριστείας και του τοπίου και μια δομή για την ανάπτυξη τυπικών ψαριών και γεωργικής παραγωγής.

Έναν χάρτη του αειφόρου τουρισμού στην Ιταλία δημοσίευσε η Ιταλική Ένωση Υπεύθυνου Τουρισμού (AITR), η οποία απαριθμεί όλα τα σημεία ενδιαφέροντος για τον τουρισμό που μπορούν να εντοπιστούν στα μέλη της. Πρόκειται για μικρούς δήμους που συνδέονται με το δίκτυο των Αυθεντικών Χωριών της Ιταλίας, φυσικά καταφύγια που διαχειρίζεται η WWF, ξενοδοχεία και κάμπινγκ που έχουν λάβει περιβαλλοντική πιστοποίηση από τη Legambiente ή βιο-αγροτουρισμούς πιστοποιημένους από το Ινστιτούτο Ηθικής και Περιβαλλοντικής Πιστοποίησης (ICEA).

Η προσοχή σε ό,τι προσφέρεται στο τραπέζι και η ηθική-κοινωνική δέσμευση είναι επίσης αρχές του βιώσιμου τουρισμού: για παράδειγμα, η προώθηση προϊόντων μηδενικών χιλιομέτρων και, στη δεύτερη περίπτωση, τα δρομολόγια του Valle del Sosio στην επαρχία του Παλέρμο, με οργανώσεις κατά της μαφίας που προσφέρουν διαδρομές «χωρίς πίτσα».

Ακολουθεί μια λίστα με μερικά άλλα παραδείγματα βιώσιμου τουρισμού στην Ιταλία:

- **Σαρδηνία** - Το φαράγγι Gorrorru, για τους λάτρεις της πεζοπορίας,

ένας παράδεισος στο Supramonte. Είναι ένα υπέροχο φαράγγι, το βαθύτερο στην Ευρώπη. Το βάθος του καθιστά δύσκολη την πρόσβαση, γι' αυτό και διατηρεί ακόμα αρκετά ενδημισμό της Σαρδηνίας. Οι εταιρείες που φροντίζουν για τις εκδρομές επιτόπου ασχολούνται με την προώθηση και την ενίσχυση της περιοχής στην πλήρη προστασία του περιβάλλοντος.

- **Σικελία** - Το πάρκο Nebrodi, μια μεγάλη πράσινη περιοχή ανάμεσα στη Μεσσίνα, την Έννα και την Κατάνια. Η αρχή του πάρκου και το Centro Parchi Internazionali υπέγραψαν μνημόνιο κατανόησης με στόχο τη δημιουργία ενός οικοτουριστικού πόλου για την προσέλκυση τουριστών στη μεγαλύτερη προστατευόμενη περιοχή της Σικελίας.
- **Απουλία - Σαλέντο** με ποδήλατο, με εβδομαδιαία δρομολόγια σε δύο τροχούς. Τα τελευταία χρόνια, το αυξανόμενο ενδιαφέρον για το περιβάλλον και η επανεκτίμηση της περιοχής οδήγησε στη δημιουργία του Salento Bici Tour, ποδηλατικού τουρισμού με έμφαση στο περιβάλλον.
- **Τοσκάνη** - Η βιώσιμη διαδρομή του Εθνικού Πάρκου Foreste Casentinesi, ανάμεσα σε καταρράκτες και δάση. Μετά τη διαδικασία υποψηφιότητας που πραγματοποιήθηκε το 2014 και την επακόλουθη επίσκεψη του ελεγκτή Eurorparc, το Εθνικό Πάρκο κέρδισε την περίφημη αναγνώριση της πρώτης φάσης της Ευρωπαϊκής Χάρτας για τον Αειφόρο Τουρισμό.

Η αειφορία περνά επίσης από την «φιλική προς το περιβάλλον» κινητικότητα που περιλαμβάνει τουριστικές διαδρομές με τα πόδια, με ποδήλατο ή με ηλεκτρικά οχήματα. Οι λάτρεις της πεζοπορίας και της πεζοπορίας στα μονοπάτια των Άλπεων και των Απεννίνων σέβονταν πάντα τη φιλοσοφία του ταξιδιού με μηδενικές εκπομπές, την οποία ασπάζονται και όσοι επιλέγουν να ακολουθήσουν τις ιστορικές διαδρομές προσκυνήματος, όπως η Via Francigena. Για τους λάτρεις της ποδηλασίας, από την άλλη, το ηλεκτρικό ποδήλατο δίνει τη δυνατότητα να κάνουν

πετάλι, αποφεύγοντας την κούραση και να απολαμβάνουν οργανωμένες διαδρομές, όπως στο νησί Έλβα ή στα μέρη του Leopardi στο Recanati.

Εάν δύο τροχοί δεν είναι αρκετοί για να μετακινηθείτε, μπορείτε να μεταβείτε σε ένα ηλεκτρικό αυτοκίνητο. Τον Φεβρουάριο του 2018, υπογράφηκε μνημόνιο συνεργασίας με το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού για την προώθηση της ηλεκτρονικής κινητικότητας στις πόλεις με το μεγαλύτερο τουριστικό ενδιαφέρον, όπως σε πολλές από τις πιο γραφικές περιοχές της Ιταλίας, από το Costa d'Argento έως το Ventotene, από Ίσκια προς Σικελία.

5. Παιχνιδοποίηση στα σχολεία

Η «Παιχνιδοποίηση» είναι μια φανταχτερή λέξη που έχει χρησιμοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό στην εκπαίδευση και τη μάθηση. Με απλά λόγια, η παιχνιδοποίηση είναι η χρήση στοιχείων σχεδίασης παιχνιδιού και αρχών παιχνιδιού σε περιβάλλον εκτός παιχνιδιού. Ένα σαφές παράδειγμα αυτής της πρακτικής είναι η χρήση αρχών και θεμάτων εντός του παιχνιδιού, όπως η απόκτηση εικονικών «πόντων» ή η ολοκλήρωση μιας σειράς εργασιών ή δραστηριοτήτων για να προχωρήσετε στο επόμενο επίπεδο, σε πλαίσιο διαφορετικό από το παιχνίδι, προκειμένου να διασκεδάσει και να τονώσει τον εκπαιδευόμενο.

Η «Παιχνιδοποίηση» χρησιμοποιείται ολοένα και περισσότερο σε εκπαιδευτικά περιβάλλοντα για διάφορους λόγους: όταν πρόκειται για μάθηση, η εστίαση και η βύθιση μπορούν να βελτιώσουν την εμπειρία σας. Προσφέρει έναν τρόπο να κάνετε την εκπαίδευση πιο ευχάριστη και διασκεδαστική, καθώς και να αυξήσετε την παραγωγικότητα. Εν ολίγοις, κάνει τα σκληρά πράγματα πιο διασκεδαστικά, βοηθώντας τους μαθητές να παρακινηθούν και να ασχοληθούν περισσότερο με το αντικείμενο.

Η πανδημία άλλαξε την εκπαίδευση σε όλα τα επίπεδα, συμπεριλαμβανομένου του γυμνασίου και του πανεπιστημίου, και ανάγκασε τους εκπαιδευτικούς και τα ιδρύματα να προσαρμόσουν τις νέες

στρατηγικές διδασκαλίας πολύ γρήγορα. Η ανάπτυξη εκπαιδευτικών εργαλείων συμβατών με την κοινωνική απόσταση έχει γίνει θεμελιώδης στρατηγική καθώς εκατομμύρια μαθητές περιορίστηκαν για να μειώσουν την εξάπλωση της επιδημίας.

Η «Παιχνιδοποίηση» συχνά επικεντρώνεται σε ανταμοιβές και στόχους. Στην περίπτωση της μάθησης, μπορεί να δοθεί μια ανταμοιβή μόλις μαθευτεί κάτι νέο. Μέσω των παιχνιδιών, οι μαθητές μπορούν να μάθουν με έναν συναρπαστικό, διασκεδαστικό τρόπο ενώ αυξάνουν τις γνώσεις και την κατανόησή τους για το αντικείμενο. Ωστόσο, αυτά τα στοιχεία που βασίζονται σε παιχνίδι μπορούν επίσης να ενσωματωθούν σε δραστηριότητες εντός της τάξης και όχι μόνο μέσω υπολογιστών ή tablet.

Εν ολίγοις, ορισμένα έργα παιχνιδιών θα πετύχουν και άλλα θα αποτύχουν. Αν θέλουμε να βελτιώσουμε τις πιθανότητες της παιχνιδοποίησης να προσφέρει αξία στα σχολεία, πρέπει να σχεδιάσουμε προσεκτικά έργα παιχνιδοποίησης που να αντιμετωπίζουν τις πραγματικές προκλήσεις των σχολείων, που να επικεντρώνονται στους τομείς όπου η παιχνιδοποίηση μπορεί να προσφέρει τη μέγιστη αξία, που βασίζονται στην υπάρχουσα έρευνα και αντιμετωπίζει τους πιθανούς κινδύνους της παιχνιδοποίησης τόσο για τα παιχνίδια όσο και για τα σχολεία. Παράλληλα με τη δημιουργία έργων παιχνιδοποίησης, πρέπει να αναπτύξουμε ουσιαστικές αξιολογήσεις για το εάν επιτυγχάνουν τους στόχους τους.

Ακριβώς όπως η εκπαιδευτική ρομποτική, η παιχνιδοποίηση περιλαμβάνεται επίσης στο Εθνικό Σχέδιο Ψηφιακών Σχολείων του Miur (Ιταλικό Υπουργείο Παιδείας), το οποίο επιβραβεύει τα σχολεία που υιοθετούν την ψηφιακή καινοτομία με το Digital School Award, στο οποίο τα σχολεία μπορούν να προτείνουν έργα και πρωτοβουλίες, που πραγματοποιούνται ή βρίσκονται σε εξέλιξη, που προτείνουν καινοτόμα μοντέλα και καλές πρακτικές ολοκληρωμένης ψηφιακής διδακτικής, δοκιμασμένες επίσης κατά την επιδημιολογική έκτακτη ανάγκη, ικανές να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην εκμάθηση ψηφιακών δεξιοτήτων, ευνοώντας την παραγωγή ψηφιακού διδακτικού περιεχομένου και την

ενεργό συμμετοχή των μαθητών.

Πηγές

- VIII rapporto “Gli italiani, il Turismo Sostenibile e l’Ecoturismo”,
<https://www.fondazioneuniverde.it/iniziative/presentato-8-rapporto-gli-italiani-il-turismo-sostenibile-e-lecoturismo/>
- XI Rapporto “Gli italiani, il turismo sostenibile e l’Ecoturismo”,
<https://www.fondazioneuniverde.it/wp-content/uploads/2021/09/XI-Rapporto-Italiani-turismo-sostenibile-ed-ecoturismo-settembre-021.pdf>

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΣΤΗ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

Αυτή η εργασία στοχεύει να παρέχει μία ανασκόπηση της επιστημονικής έρευνας και των υφιστάμενων πολιτικών στη Βουλγαρία.

Με βάση την ανάλυση της ανασκόπησης άρθρων, η εργασία συνέθεσε τη θεωρητική έρευνα για το πώς αναπτύσσεται ο οικονομικός τουρισμός στη Βουλγαρία, την υιοθέτηση του συστήματος βιώσιμης φιλοξενίας, τους κανόνες και την υφιστάμενη νομοθεσία για την ένταξη των εργαζομένων με αναπηρία και της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς στην τουριστική βιομηχανία.

Τα ευρήματα βασίζονται σε διαφορετικούς τρόπους έρευνας που επικεντρώνονται σε ποσοτικές και ποιοτικές μελέτες που διεξάγονται κυρίως στον κλάδο της φιλοξενίας.

Η σύνθεση των θεωρητικών ροών προσδιορίζει ότι η έρευνα μπορεί να βασίζεται στη βιβλιογραφία μάρκετινγκ, τη συμπεριφορά των καταναλωτών, την προώθηση υπηρεσιών και τις προσεγγίσεις λήψης αποφάσεων.

Πρώτον, πρέπει να προσδιορίσουμε ποιες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες είναι απαραίτητες για την προετοιμασία του μαθητή για την αγορά εργασίας καθώς οι μαθητές είναι το μελλοντικό εργατικό δυναμικό.

Ένας από τους κύριους σκοπούς του έργου είναι να συμπεριλάβει μαθητές με αναπηρία ώστε να τους δοθούν ίσες ευκαιρίες να επιτύχουν, να μάθουν, να εξελιχθούν. Οι πρακτικές χωρίς αποκλεισμούς θα φέρουν περισσότερη αποδοχή και υποστηρικτική στάση απέναντι στους εργοδότες καθώς και μεγαλύτερη δέσμευση από τους εργαζομένους.

Σύμφωνα με την Εθνική Στρατηγική Οικονομισμού της USAID, η Βουλγαρία έχει πλούσια ιστορία, σημαντική φύση - ορεινά χιονοδρομικά κέντρα, όμορφες παραλίες και πολλές υπανάπτυκτες αγροτικές περιοχές για όσους αναζητούν τη φύση και την περιπέτεια και πολιτιστική

ταυτότητα που είναι καλά ανεπτυγμένη στις αγροτικές περιοχές. Αυτοί οι πόροι παρέχουν μια ισχυρή βάση για τον οικοτουρισμό στη Βουλγαρία. Αυτό δημιουργεί εξειδικευμένο τουριστικό τμήμα που βασίζεται σε μοναδικές φυσικές αξίες που οδηγεί στη διατήρηση της βιοποικιλότητας και στην οικονομική ανάπτυξη, αναπτύσσοντας έτσι συστήματα για την ενθάρρυνση της βιώσιμης διατήρησης και διαχείρισης των φυσικών πόρων εντός και γύρω από τις προστατευόμενες περιοχές της Βουλγαρίας.

Η αειφόρος επεξεργασία τροφίμων είναι ένας από τους κύριους στόχους για την ενθάρρυνση του οικοτουρισμού και τη διευκόλυνση της υιοθέτησης πιο υγιεινών συνηθειών όχι μόνο στη Βουλγαρία, αλλά και στην Ευρώπη.

Οι πράσινες δεξιότητες και συμπεριφορές είναι σημαντικές για τη βιώσιμη ανάπτυξη των εταιρειών τουρισμού και φιλοξενίας.

Η αειφορία μπαίνει στην ιδέα προστασίας του περιβάλλοντος, η οποία επιβάλλει την αποτελεσματικότερη χρήση των πόρων στον τουρισμό και τη φιλοξενία. Έτσι, πολλές εταιρείες κατευθύνουν τις στρατηγικές τους προς μια πιο πράσινη ανάπτυξη, με μεγαλύτερη ανησυχία για το περιβάλλον.

Μερικές από τις τοπικές υπάρχουσες πολιτικές που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία είναι:

- Σωστές και σαφείς πληροφορίες, οδηγίες, επίβλεψη και εκπαίδευση για όλους τους εργαζόμενους.
- Όλοι οι εργαζόμενοι ενημερώνονται για τους ισχύοντες κανονισμούς υγείας και ασφάλειας.
- Υπάρχει ομάδα έκτακτης ανάγκης έτοιμη να ενεργήσει στις προγραμματισμένες περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης (π.χ. πυρκαγιά, πλημμύρα, σεισμός, περιβαλλοντική ρύπανση).
- Εφαρμόζουν προληπτικά μέτρα υγείας προκειμένου να διασφαλίσουν τη μέγιστη ασφάλεια και ασφάλεια.

- Αναβαθμίζουν και βελτιώνουν συνεχώς τις μεθόδους λειτουργίας μας για την εξάλειψη πιθανών ατυχημάτων και τραυματισμών.

Όλοι οι εργαζόμενοι πρέπει να φέρουν εις πέρας τις ευθύνες τους όσον αφορά τις πράσινες δεξιότητες και συμπεριφορές είναι σημαντικές για τη βιώσιμη ανάπτυξη των εταιρειών τουρισμού και φιλοξενίας.

Η αειφορία μπαίνει στην ιδέα προστασίας του περιβάλλοντος, η οποία επιβάλλει την αποτελεσματικότερη χρήση των πόρων στον τουρισμό και τη φιλοξενία. Έτσι, πολλές εταιρείες κατευθύνουν τις στρατηγικές τους προς μια πιο πράσινη ανάπτυξη, με μεγαλύτερη ανησυχία για το περιβάλλον.

Μερικές από τις τοπικές υπάρχουσες πολιτικές που εφαρμόζουν τα ξενοδοχεία είναι:

- Σωστές και σαφείς πληροφορίες, οδηγίες, επίβλεψη και εκπαίδευση για όλους τους εργαζόμενους.
- Όλοι οι εργαζόμενοι ενημερώνονται για τους ισχύοντες κανονισμούς υγείας και ασφάλειας.
- Υπάρχει ομάδα έκτακτης ανάγκης έτοιμη να ενεργήσει στις προγραμματισμένες περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης (π.χ. πυρκαγιά, πλημμύρα, σεισμός, περιβαλλοντική ρύπανση).
- Εφαρμόζουμε προληπτικά μέτρα υγείας προκειμένου να διασφαλίσουμε τη μέγιστη ασφάλεια και ασφάλεια.
- Αναβαθμίζουμε και βελτιώνουμε συνεχώς τις μεθόδους λειτουργίας μας για την εξάλειψη πιθανών ατυχημάτων και τραυματισμών.
- Όλοι οι εργαζόμενοι πρέπει να εκτελούν τις ευθύνες τους όσον αφορά την υγεία και την ασφάλεια, όπως ορίζονται στις πολιτικές των ξενοδοχείων.

- Όμως σύμφωνα με έρευνα στη Βουλγαρία υπάρχουν ορισμένα κενά στην φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά στον τουριστικό κλάδο.

Η ανάπτυξη φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς αυξάνει την ανταγωνιστικότητα και τις οικονομικές επιδόσεις των εταιρειών τουρισμού και φιλοξενίας.

Μέσω διαδικτυακού ερωτηματολογίου και συνεντεύξεων που διανεμήθηκαν μέσω e-mail σε όλες τις εταιρείες τουρισμού και φιλοξενίας, των οποίων τα e-mail βρέθηκαν στα εθνικά μητρώα καταλυμάτων, καταστημάτων τροφίμων και ποτών, ταξιδιωτικών γραφείων και μουσείων στη Βουλγαρία, διευθυντές και υπαλλήλους κλήθηκαν να αξιολογήσουν το επίπεδο της φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς και δεξιοτήτων.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι το μεγαλύτερο κενό ήταν στην ικανότητα διαχείρισης απορριμμάτων, λυμάτων, ανακύκλωσης και κομποστοποίησης.

Ωστόσο, οι διευθυντές καταστημάτων τροφίμων και ποτών ανέφεραν υψηλότερο τρέχον επίπεδο της ικανότητάς τους να ελαχιστοποιούν τη χρήση και να μεγιστοποιούν την απόδοση της κατανάλωσης ενέργειας και νερού. Ομοίως, οι διαχειριστές τροφίμων και ποτών ανέφεραν υψηλότερο τρέχον επίπεδο δεξιοτήτων διατήρησης της βιοποικιλότητας πιθανώς επειδή το τροφίμων και ποτών σχετίζεται άμεσα με την επεξεργασία φυτικών και ζωικών προϊόντων.

Η ανάλυση δείχνει ότι οι Βούλγαροι επαγγελματίες του τουρισμού δεν κατατάσσουν ακόμη την φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά ως ιδιαίτερα απαραίτητη. Όλοι οι ερωτηθέντες αναγνώρισαν ότι η περιβαλλοντική διαχείριση και προστασία είναι σημαντικές και θα πρέπει να είναι το επίκεντρο της μελλοντικής ανάπτυξης δεξιοτήτων, αλλά προς το παρόν δεν αποτελούν προτεραιότητα και επομένως παρέχεται περιορισμένη εξειδικευμένη εκπαίδευση. Οι εταιρείες θεώρησαν τις δεξιότητες που σχετίζονται με την ανακύκλωση, τη μείωση των απορριμμάτων και την εξοικονόμηση νερού, ηλεκτρικής ενέργειας και άλλων πόρων ως πιο

σημαντικές, πιθανώς λόγω των άμεσων οικονομικών επιπτώσεων αυτής της εξοικονόμησης στο τελικό αποτέλεσμα των εταιρειών.

Εδώ μπορείτε να δείτε τις ερωτήσεις που δόθηκαν στους επαγγελματίες:

- Δυνατότητα ελαχιστοποίησης της χρήσης και μεγιστοποίησης της απόδοσης της κατανάλωσης ενέργειας και νερού
- Δυνατότητα διαχείρισης απορριμμάτων, λυμάτων, ανακύκλωσης και κομποστοποίησης
- Διατήρηση της βιοποικιλότητας
- Προώθηση βιώσιμων μορφών μεταφοράς (π.χ. δημόσια μέσα μεταφοράς)
- Προώθηση φιλικών προς το περιβάλλον δραστηριοτήτων και προϊόντων
- Γνώση της κλιματικής αλλαγής

Μιλώντας για τους εργαζόμενους, μια άλλη σημαντική πτυχή είναι η απασχόληση των ατόμων με αναπηρία.

Σύμφωνα με έρευνα της ομάδας TMF, τα άτομα με ειδικές ανάγκες που είναι εγγεγραμμένα στην υπηρεσία απασχόλησης της Βουλγαρίας έχουν το δικαίωμα να χρησιμοποιούν εξειδικευμένη εργασιακή διαμεσολάβηση για την ενημέρωση και την εύρεση εργασίας και επαγγελματικής καθοδήγησης βάσει του νόμου για την προώθηση της απασχόλησης.

Όσον αφορά τα άτομα με μόνιμη αναπηρία, το PDA παρουσιάζει μια νέα απαίτηση για τους Βούλγαρους εργοδότες με 50 ή περισσότερους υπαλλήλους να ακολουθούν ποσοστώσεις για την πρόσληψη προσωπικού με μόνιμη αναπηρία:

- εργοδότες με 50 έως 99 εργαζόμενους: 1 άτομο με μόνιμη

αναπηρία

- εργοδότες με 100/100+ εργαζόμενους: 2% του μέσου αριθμού προσωπικού τους.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι εάν ένας εργοδότης δεν εκπληρώσει τις υποχρεώσεις πρόσληψης προσωπικού με μόνιμη αναπηρία βάσει ποσοστώσεων, υποχρεούται να καταβάλει μηνιαία αποζημίωση. Η αποζημίωση ανέρχεται στο 30% του ελάχιστου μηνιαίου βουλγαρικού μισθού για κάθε κενή θέση εργασίας που προορίζεται για μόνιμα ανάπηρο άτομο.

Η υποχρέωση μπορεί να ακυρωθεί μόνο στις ακόλουθες περιπτώσεις.

- Υπάρχουν συγκεκριμένοι παράγοντες στο εργασιακό περιβάλλον που αποκλείουν την πρόσληψη ατόμων με μόνιμη αναπηρία.
- Δεν υπάρχουν μόνιμα ανάπηρα εγγεγραμμένα και παραπέμπονται από τις Διευθύνσεις του Γραφείου Εργασίας ή από μεσάζοντες προσλήψεων.
- Οι εργοδότες εφαρμόζουν εναλλακτικά μέτρα απασχόλησης για άτομα με μόνιμη αναπηρία.

Ο νόμος PDA (Νόμος για τα Άτομα με Αναπηρία) επιτρέπει επίσης στους εργοδότες να υποβάλουν αίτηση για χρηματοδότηση στο πλαίσιο ενός εθνικού προγράμματος (πριν από τον Οργανισμό για Άτομα με Αναπηρία) προκειμένου να απασχολήσουν άτομα με αναπηρία για συγκεκριμένους σκοπούς. Υπάρχει ξεχωριστή διαδικασία που πρέπει να ακολουθηθεί για αυτό και δεν έχει ακόμη οριστικοποιηθεί.

1. Βιώσιμος τουρισμός στη Βουλγαρία

Προκειμένου να βελτιωθεί η οικονομική απόδοση και οι οικονομικές επιδόσεις με τη βελτιστοποίηση της χρήσης των φυσικών και κοινωνικών

πόρων, η Βουλγαρία δεσμεύεται στην εφαρμογή των αρχών της βιώσιμης Ανάπτυξης σε εθνικό επίπεδο, η οποία θέτει 17 Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs). Τρεις από αυτούς τους στόχους σχετίζονται ιδιαίτερα με τον αειφόρο τουρισμό.

- ΣΒΑ 8. Προώθηση βιώσιμης, χωρίς αποκλεισμούς και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, απασχόληση και αξιοπρεπή εργασία για όλους. υποστόχος 8.9 - έως το 2030, να σχεδιάσει και να εφαρμόσει πολιτικές για την προώθηση του βιώσιμου τουρισμού που δημιουργεί θέσεις εργασίας και προωθεί τον τοπικό πολιτισμό και τα προϊόντα.
- ΣΒΑ 12 – Εξασφάλιση βιώσιμων προτύπων κατανάλωσης και παραγωγής. υποστόχος 12β - ανάπτυξη και εφαρμογή εργαλείων για την παρακολούθηση των επιπτώσεων της βιώσιμης ανάπτυξης για τον αειφόρο τουρισμό που δημιουργεί θέσεις εργασίας και προωθεί την τοπική κουλτούρα και προϊόντα.
- ΣΒΑ 6 - Διασφάλιση διαθεσιμότητας και βιώσιμης διαχείρισης νερού και αποχέτευσης για όλους. επιμέρους στόχος 6.4 - έως το 2030, να αυξήσει σημαντικά την αποδοτικότητα χρήσης νερού σε όλους τους τομείς και να εξασφαλίσει βιώσιμες αποσύρσεις και παροχή γλυκού νερού για την αντιμετώπιση της λειψυδρίας και ουσιαστική μείωση του αριθμού των ανθρώπων που υποφέρουν από λειψυδρία.

Σύμφωνα με τη Στρατηγική Τουρισμού 2030, η οποία εστιάζει στη βιωσιμότητα, η ανάπτυξη του τουρισμού τα τελευταία χρόνια έχει αποδείξει τη σημασία του ως δραστηριότητα που δημιουργεί πλούτο, απασχόληση και ανάπτυξη νέων οικονομικών δραστηριοτήτων. Ωστόσο, αυτή η ανάπτυξη έχει φέρει σημαντικές προκλήσεις όσον αφορά το να καταστεί το αναπτυξιακό μοντέλο συμβατό με τις τοπικές κοινωνίες και με τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης. Σε αυτό το πλαίσιο, οι κυβερνήσεις και οι φορείς του τουρισμού απαιτούν να αναπτύξουν τουριστικές στρατηγικές και πολιτικές που να στηρίζονται στις αρχές της αειφορίας.

Στη Βουλγαρία, τον τελευταίο χρόνο ο τουρισμός κατέγραψε θετικά αποτελέσματα που ενισχύουν την ικανότητά του να παράγει περισσότερα έσοδα και απασχόληση. Η βουλγαρική κυβέρνηση εγκαινίασε το 2014 και ενημέρωσε το 2017 την Εθνική Στρατηγική για την Αειφόρο Ανάπτυξη του Τουρισμού 2014-2030, η οποία καθορίζει το όραμα για τη βουλγαρική τουριστική βιομηχανία για τα επόμενα 15 χρόνια: «Να γίνει η Βουλγαρία ένας ετήσιος προορισμός του οποίου η ανάπτυξη βασίζεται στις αρχές της βιωσιμότητας - βέλτιστη χρήση των πόρων, σεβασμό της κοινωνικο-πολιτιστικής αυθεντικότητας των τοπικών κοινωνιών, διασφάλιση αξιόπιστης οικονομικής δραστηριότητας και ομοιόμορφης κατανομής των κοινωνικοοικονομικών οφελών». Καθώς η Βουλγαρία βρίσκεται στα πρώτα της στάδια ανάπτυξης του βιώσιμου τουρισμού, οι αρμόδιες αρχές πρέπει να παρέχουν τις απαραίτητες προϋποθέσεις για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τομέα, εξισορροπώντας την ευημερία των τουριστών και τις τοπικές κοινότητες, τις ανάγκες του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος και ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα του προορισμού και της επιχείρησης. Η Βουλγαρική Εθνική Στρατηγική Τουρισμού 2030 θεσπίζει τέσσερις στρατηγικούς πυλώνες:

- Δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος και επιχειρηματικού χώρου για την ανάπτυξη του Βιώσιμου Τουρισμού.
- Ανάπτυξη ενός ανταγωνιστικού Τουριστικού Τομέα.
- Να προωθήσει τη Βουλγαρία και να τοποθετήσει με επιτυχία τη χώρα στην παγκόσμια τουριστική αγορά ως ελκυστικό προορισμό.
- Να εξισορροπηθεί η ανάπτυξη των τουριστικών περιοχών.

Η σημασία της αειφορίας στον τουρισμό και η μέτρηση και η ερμηνεία της τονίζεται από πολλούς συγγραφείς σε όλη τη βιβλιογραφία. Επιπλέον, η Ευρωπαϊκή Ένωση, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (ΠΟΕ), ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Περιβάλλοντος (ΕΟΧ) και ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) εξέδωσαν ένα έγγραφο που περιγράφει τους δείκτες βιωσιμότητας και τη μέτρησή τους και στους

τρεις πυλώνες – οικονομικός περιβαλλοντικά και κοινωνικά. Αυτές οι μετρήσεις διερευνούν και αναδεικνύουν τον ρόλο του τουρισμού σε ορισμένους βασικούς τομείς, όπως: η χωρίς αποκλεισμούς και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, κοινωνική ενσωμάτωση, απασχόληση και μείωση της φτώχειας· αποδοτικότητα των πόρων, προστασία του περιβάλλοντος και πολιτιστικές αξίες, ποικιλομορφία και κληρονομιά.

2. Πώς να προωθήσετε τουριστικές δραστηριότητες χωρίς αποκλεισμούς

Η χρηματοδότηση χρησιμοποιείται για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας για άτομα σε ηλικία εργασίας με μόνιμες αναπηρίες το 2021. Τα κονδύλια παρέχονται στο πλαίσιο του Εθνικού Προγράμματος Απασχόλησης Ατόμων με Αναπηρία του Υπουργείου Εργασίας και Κοινωνικής Πολιτικής.

Οι εργοδότες υποστηρίζονται οικονομικά για να παρέχουν πρόσβαση σε υπάρχουσες ή νέες θέσεις εργασίας για άτομα με αναπηρία. Βοηθούνται επίσης για την παροχή προσόντων ή επανεκπαίδευσης εργαζομένου με αναπηρία.

Ένα άλλο έργο βοηθά τα άτομα με αναπηρία που θέλουν να ξεκινήσουν μια ανεξάρτητη επιχείρηση.

Η οικοδόμηση ενός προσβάσιμου αρχιτεκτονικού περιβάλλοντος πολιτιστικών, ιστορικών και αθλητικών χώρων για άτομα με αναπηρία συμβάλλει επίσης στην ένταξη των ατόμων με αναπηρία.

Σκοπός του παρόντος Νόμου είναι να παρέχει προϋποθέσεις και εγγυήσεις για: 1. Ισότητα για τα άτομα με αναπηρία. 2. κοινωνική ένταξη και άσκηση των δικαιωμάτων των ατόμων με αναπηρία. 3. Υποστήριξη των ατόμων με αναπηρία και των οικογενειών τους. 4. ένταξη των ατόμων με αναπηρία στο εργασιακό περιβάλλον. Άρθρο 3: Δεν επιτρέπεται καμία μορφή διάκρισης, ούτε άμεση ούτε έμμεση κατά των ατόμων με αναπηρία. Άρθρο 4: Η ένταξη των ατόμων με αναπηρία υλοποιείται μέσω:

1. ιατρικής και κοινωνικής αποκατάστασης. 2. εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση. 3. απασχόληση. 4. προσβάσιμο περιβάλλον διαβίωσης και αρχιτεκτονικής. 5. κοινωνικές υπηρεσίες. 6. κοινωνικοοικονομική προστασία. 7. προσβάσιμες πληροφορίες.

3. Παιχνιδοποίηση στα σχολεία

Όταν ο όρος «παιχνιδοποίηση» εμφανίζεται στο πλαίσιο της εκπαίδευσης, χρησιμοποιείται συνήθως ως τρόπος βελτίωσης της δέσμευσης και των κινήτρων των μαθητών. Αυτό θα πρέπει να είναι αρκετός λόγος για να ενσωματωθεί αυτός ο τρόπος μάθησης στη συνολική μαθησιακή διαδικασία. Ωστόσο, η έρευνα έχει τεκμηριώσει μια ποικιλία άλλων πλεονεκτημάτων, όπως η ανάπτυξη επιμονής και αντοχής, η βελτίωση των δεξιοτήτων επίλυσης προβλημάτων, η οικοδόμηση δημιουργικότητας.

Η παιχνιδοποίηση μπορεί επίσης να είναι η εφαρμογή στοιχείων και αρχών που δημιουργήθηκαν για gaming σε ένα μη gaming πλαίσιο. Τα στοιχεία των παιχνιδιών περιλαμβάνουν: λήψη πόντων ή σημάτων για σωστές απαντήσεις. Βασική αρχή στα παιχνίδια είναι η μετάβαση από το ένα επίπεδο στο άλλο με την επιτυχή ολοκλήρωση του προηγούμενου.

Μπορούμε να πούμε ότι τα στοιχεία και οι αρχές του παιχνιδιού υπάρχουν στο σχολείο. Οι βαθμοί είναι στην πραγματικότητα οι βαθμοί που παίρνει ο μαθητής. Οι χαρακτήρες είναι οι ίδιοι οι μαθητές και οι δάσκαλοι. Συγκεκριμένοι στόχοι; Για να περάσει με επιτυχία τα τεστ. Και η μετάβαση από το ένα επίπεδο στο άλλο είναι η μετάβαση από μια τάξη σε μια ανώτερη.

Μία από τις ευκαιρίες για καινοτομία είναι η εφαρμογή διαφορετικών προσεγγίσεων στη μαθησιακή διαδικασία. Στη Βουλγαρία μέσω διαφορετικών πλατφορμών, οι δάσκαλοι μπορούν να δημιουργήσουν τη δική τους εικονική τάξη όπου μπορούν να παρέχουν πρόσθετο διαδραστικό υλικό για εργασία.

Πηγές

- Green Skills Gap in the Bulgarian Tourism Industry, 2021, Maya Ivanova, Stanislav Ivanov, Irina Petkova.
<https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/scc.2021.0016>
- <https://www.tmf-group.com/en/news-insights/articles/2019/march/bulgaria-new-people-with-disabilities-act/>
- <https://www.mlsp.government.bg/eng/with-35-million-bgn-will-be-financed-projects-for-employment-of-persons-with-disabilities>

1. Εισαγωγή

Ο αειφόρος τουρισμός αποτελεί σημαντική πρόκληση για όλες τις σύγχρονες οικονομίες, καλώντας όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς, τόσο από τον δημόσιο όσο και από τον ιδιωτικό τομέα να δημιουργήσουν τις σχετικές εταιρικές σχέσεις προκειμένου να διασφαλιστεί ότι αυτό θα παρέχει τα σχετικά κίνητρα και να δημιουργήσει τις κατάλληλες συνέργειες που θα εξασφαλίσουν ανάπτυξη. Αυτό είναι συμπληρωματικό σε όλες τις υπόλοιπες δραστηριότητες που αναλαμβάνει είτε ο Δημόσιος τομέας για την ενίσχυση της εθνικής τουριστικής υποδομής και την προσέλκυση περισσότερων ατόμων είτε από τον Ιδιωτικό τομέα που επενδύει σημαντικά στον συγκεκριμένο κλάδο. Επιπλέον, ο ρόλος άλλων μη κερδοσκοπικών οργανισμών, όπως τα Εμπορικά Επιμελητήρια, δεν μπορεί να παραμεληθεί, καθώς μπορούν να γίνουν αποτελεσματικός στρατηγικός εταίρος μέσω της τεχνογνωσίας και της δικτύωσης τους. Τέλος, σε αυτή τη διαδικασία, ο στρατηγικός ρόλος και ο αντίκτυπος των πανεπιστημίων πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη, καθώς μέσω της επιστημονικής τους γνώσης, της τεχνογνωσίας και της ικανότητάς τους να αναπτύσσουν αποτελεσματική έρευνα αγοράς, μπορούν πράγματι να παράσχουν στην τουριστική βιομηχανία την κατάλληλη γνώση και ένα ολοκληρωμένο επιχειρηματικό περιβάλλον που θα είναι επωφελές για όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη. Αυτό περιλαμβάνει φυσικά το ανθρώπινο δυναμικό που θεωρείται επίσης ως πρωταρχικό στοιχείο για τη διασφάλιση της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και τη συμβολή στη συνολική ποιότητα, μέσα σε ένα κατάλληλο εργασιακό περιβάλλον που δημιουργεί την ευκαιρία για αυτοανάπτυξη.

Η παρούσα εργασία εξετάζει διάφορες πτυχές, όπως αυτές έχουν σκιαγραφηθεί, εντός της Κυπριακής Δημοκρατίας προκειμένου να παράσχει μια μάλλον ολοκληρωμένη εικόνα των θεμάτων που σχετίζονται με τον κλάδο καθώς και της έννοιας της βιωσιμότητας, ως μέρος της

στρατηγικής κατεύθυνσης της χώρας.

2. Στρατηγικός Σχεδιασμός Υφυπουργείου Τουρισμού

Το Υφυπουργείο Τουρισμού το 2019, αμέσως μετά το ξέσπασμα της πανδημίας Covid-19, αναθεώρησε τον στρατηγικό του σχεδιασμό για τον τουρισμό για να εξασφαλίσει βιώσιμη ανάπτυξη, με βάση το μοντέλο SMART (Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time-bounded). Ο στρατηγικός σχεδιασμός εντόπισε προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά προκειμένου να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα.

- i. Εποχικότητα – Η Κύπρος φημίζεται για τον ένδοξο ηλιόλουστο καιρό της όλο το χρόνο, με περισσότερες από 300 ημέρες το χρόνο να είναι ηλιόλουστες. Παρόλα αυτά, η χώρα δεν κατάφερε να προσελκύσει επισκέπτες κατά τη διάρκεια του χειμώνα, οδηγώντας σε σοβαρά προβλήματα για τις επιχειρήσεις και την κυβέρνηση που πρέπει να προσθέσει στο μισθολόγιο της χιλιάδες επαγγελματίες.
- ii. Περιφέρεια – Παρά το γεγονός ότι είναι μια σχετικά μικρή χώρα, ο τουρισμός στην Κύπρο δεν έχει κατανεμηθεί εξίσου, με ορισμένες περιοχές όπως η αγροτική, να αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα. Αυτό προσθέτει στην εποχικότητα, οδηγώντας σε ορισμένες σοβαρές ανησυχίες σχετικά με την ικανότητα της χώρας να διασφαλίσει τη βιώσιμη ανάπτυξη και να μετριάσει την αστικοποίηση.
- iii. Ανταγωνιστικότητα – Να παραμείνει ανταγωνιστική ήταν πάντα ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας. Η έλλειψη κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού έχει δημιουργήσει σοβαρά εμπόδια,

σε αντίθεση με τις δεκαετίες 1980-2010 κατά τις οποίες η χώρα φημιζόταν για τη φιλοξενία και το υψηλό επίπεδο ποιότητας.

- iv. Έλλειψη αποφάσεων βάσει δεδομένων – Ο πρόγονος του Υφυπουργείου Τουρισμού, ο Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού λειτουργούσε σε μάλλον γραφειοκρατική βάση και παρέμενε σε απόσταση από πραγματικά στατιστικά δεδομένα. Αυτό οδήγησε σε ένα χάσμα μεταξύ της πραγματικότητας και της διαδικασίας λήψης αποφάσεων, που σε αρκετές περιπτώσεις δημιούργησε προβλήματα στον κλάδο και φυσικά στις μεμονωμένες επιχειρήσεις.
- v. Δεν γίνεται αντιληπτό ως φιλικό προς το κλίμα – Ως αποτέλεσμα του συνήθως ζεστού του καιρού, χιλιάδες άνθρωποι διστάζουν να επισκεφθούν την Κύπρο. Το πρόβλημα έγκειται στο γεγονός ότι η χώρα δεν μπορούσε να προσφέρει εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ειδικά στις αγροτικές περιοχές που όχι μόνο μπορούν να προσφέρουν υπέροχο καιρό, αλλά και εξαιρετικές εγκαταστάσεις για να περάσουν οι επισκέπτες φανταστικά.

Με βάση όλα τα παραπάνω προβλήματα, ο στρατηγικός σχεδιασμός του Υφυπουργείου έχει θέσει συγκεκριμένους στόχους που θα βοηθήσουν τη χώρα να έχει βιώσιμη ανάπτυξη. Είναι σημαντικό ότι αυτός ο σχεδιασμός περιλαμβάνει υλικά και άυλα στοιχεία, βοηθώντας όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη να συμμετέχουν αποτελεσματικά σε αυτή τη διαδικασία. Ως εκ τούτου, έχουν τεθεί οι ακόλουθοι στόχοι όσον αφορά τη βιωσιμότητα:

- i. Ανάπτυξη ισχυρού ονόματος και εικόνας μέσω μιας επαγγελματικά ανεπτυγμένης προσέγγισης, προκειμένου να διασφαλιστεί ότι η χώρα θα έχει θετικό όνομα και θα είναι σε θέση να προσελκύει επισκέπτες υψηλής ποιότητας από ένα διαφοροποιημένο υπόβαθρο.
- ii. Η χώρα να αναπτύξει μια ολιστική προσέγγιση με τη

συμμετοχή όλων των πιθανών ενδιαφερομένων, προκειμένου η Κύπρος να γίνει ένας από τους 30 κορυφαίους προορισμούς στον κόσμο και να είναι σε θέση να ανταγωνιστεί με παραδοσιακά ισχυρές αγορές.

- iii. Η χώρα να αποκαλύψει τα συνολικά της οφέλη που θα τη βοηθήσουν να γίνει προορισμός όλο το χρόνο, εστιάζοντας ιδιαίτερα σε αγορές που αντιμετωπίζουν ακραίες καιρικές συνθήκες κατά τους χειμερινούς μήνες, όπως η περιοχή της Σκανδιναβίας.
- iv. Να αυξήσει ουσιαστικά τη συνολική ποιότητα του κλάδου, ειδικά εκείνων που εμπίπτουν στο Ανθρώπινο Δυναμικό. Αυτό απαιτεί τη συνεργασία με την εθνική Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού.
- v. Να γίνει ένας ψηφιακά έξυπνος προορισμός, στον οποίο η εθνική υποδομή που αναπτύχθηκε από το Υφυπουργείο Έρευνας, Καινοτομίας και Ψηφιακής Πολιτικής θα βοηθήσει τις επιχειρήσεις του κλάδου να μεταμορφώσουν ψηφιακά τις δραστηριότητές τους.
- vi. Για να γίνει ένας φιλικός προς το κλίμα προορισμός, αποκαλύπτοντας τα κρυμμένα μυστικά της χώρας. Αυτό πραγματοποιείται με τη συνεργασία του Γραφείου του Επιτρόπου για την Ανάπτυξη των Ορεινών Κοινοτήτων.
- vii. Να γίνει ένας τόπος όπου όλοι οι κάτοικοι, παρά τον τόπο διαμονής τους, θα μπορούν να επωφεληθούν εξίσου από την τουριστική ανάπτυξη και θα συμβάλουν στην άμβλυνση του προβλήματος αστικοποίησης που αυξάνεται σε μεγάλο βαθμό.

3.Βιώσιμη Ανάπτυξη Αγροτικών Περιοχών και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

Όπως έχει περιγραφεί, η βιώσιμη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών

της χώρας παραμένει για μεγάλο χρονικό διάστημα μια πραγματική πρόκληση για τις εθνικές αρχές, καθώς σχετίζεται με πολλά ζητήματα, όπως η ίση κατανομή του εισοδήματος από τον τουρισμό, ο μετριασμός της αστικοποίησης και η βοήθεια αυτών των περιοχών για ψηφιακή μετατροπή της περιφερειακής και μεμονωμένης υποδομής τους. Το Υφυπουργείο Τουρισμού, μαζί με τη συνεργασία άλλων βασικών φορέων, όπως η Ένωση Κυπριακών Κοινοτήτων, έχει τα τελευταία χρόνια εκπονήσει, αναπτύξει και εφαρμόσει έναν ιδιαίτερα φιλόδοξο στρατηγικό σχεδιασμό. Ο σχεδιασμός ήταν αποτέλεσμα μακροχρόνιου κοινωνικού διαλόγου και οδήγησε σε ορισμένα σημαντικά αποτελέσματα, τα οποία επικεντρώνονται κυρίως στην εξυπηρέτηση των παρακάτω στόχων. Πρέπει να σημειωθεί ότι τα αποτελέσματα δεν έχουν ακόμη φανεί, ωστόσο, τα αρχικά αποτελέσματα δείχνουν ότι ο στρατηγικός σχεδιασμός λειτουργεί.

- i. Να διασφαλιστεί ότι τα νεαρά ζευγάρια είτε θα επιστρέψουν είτε θα παραμείνουν στις κοινότητές τους που έχουν πληγεί σκληρά από την αυξανόμενη απειλή της αστικοποίησης, επομένως, θα αυξήσουν τις συνολικές δυνατότητες κοινωνικής και οικονομικής ένταξης και βιωσιμότητας.
- ii. Παροχή κινήτρων για νέους, και κυρίως, γυναίκες επιχειρηματίες, με προσοχή στον τουρισμό και τον πρωτογενή τομέα, προκειμένου οι κοινότητες να γίνουν πιο εύρωστες οικονομικά και βιώσιμες.
- iii. Να καταφέρουν σταδιακά να κατανέμουνε δίκαια τα έσοδα από τον τουρισμό σε αυτές τις κοινότητες που έχουν παραμεληθεί τα προηγούμενα χρόνια, λαμβανομένων υπόψη των τεράστιων δυνατοτήτων και των δυνατοτήτων τους να αναπτυχθούν στον κλάδο.
- iv. Να αναπτύξει ένα σύνολο οικονομικά βιώσιμων εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Μορφές όπως η ιατρική, η θρησκευτική, η συνεδριακή, η εξερεύνηση της φύσης και η παρατήρηση πουλιών έχουν γνωρίσει τεράστια ανάπτυξη ως αποτέλεσμα

αυτής της στρατηγικής προσέγγισης.

- v. Προσέλκυση Άμεσων Ξένων Επενδύσεων (ΑΞΕ) σε νέα έργα, κατά προτίμηση που θα συνδέονται με τη νεανική και γυναικεία επιχειρηματικότητα, καθιστώντας αυτές πιο ανταγωνιστικές καθώς θα μπορούν να προσελκύσουν κεφάλαια και ανθρώπινη τεχνογνωσία.
- vi. Να παρέχει ευκαιρίες σε άτομα που προηγουμένως θεωρούνταν κοινωνικά απομονωμένα ή/και αποκλεισμένα από κοινωνικές και επιχειρηματικές ευκαιρίες, ως μέρος της προσέγγισης της χώρας απέναντι σε αυτό το ευαίσθητο ζήτημα.

4. Προστασία των Δασών και Αειφόρος Τουρισμός στη Κυπριακή Δημοκρατία

Η αποψίλωση των δασών έχει μεγάλες αρνητικές επιπτώσεις στην ευαίσθητη τουριστική βιομηχανία, καλώντας τις εθνικές αρχές να συνεργαστούν μεταξύ τους για να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά αυτό το ανησυχητικό ζήτημα, καθώς η κλιμάκωσή της μπορεί να οδηγήσει σε μη αναστρέψιμες αρνητικές επιπτώσεις. Τα δάση έπαιζαν πάντα καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη της κυπριακής οικονομίας, με τις ρίζες του να χρονολογούνται χιλιάδες χρόνια πίσω. Τις τελευταίες δεκαετίες, η κυπριακή φύση υπήρξε ένας από τους σημαντικότερους λόγους που συνέβαλαν στον τουρισμό και τη συνολική οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Αυτό απαιτεί την προστασία των δασών ως μέρος μιας προσέγγισης που περιλαμβάνει δύο στοιχεία:

- i. Η προστασία του δάσους που θα διασφαλίσει την ποιότητα ζωής των κατοίκων της Κυπριακής Δημοκρατίας καθώς και των εκατομμυρίων επισκεπτών που προφανώς θα αναζητήσουν εκπληκτικές εμπειρίες και θα εξερευνήσουν τη φύση της χώρας.
- ii. Η εμπλοκή των Δασών της χώρας στις συνολικές τουριστικές δραστηριότητες. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της συνεργασίας με το Τμήμα Δασών της χώρας με το Υφυπουργείο Τουρισμού καθώς και με

αρκετούς άλλους ενδιαφερόμενους φορείς.

Επιπλέον, η εμβληματική χερσόνησος του Ακάμα προστατεύεται από οποιαδήποτε ανάπτυξη λόγω του γεγονότος ότι εμπίπτει στο έργο της ΕΕ «NATURA 2000» που περιλαμβάνει «πάνω από το 18% της χερσαίας έκτασης της ΕΕ και περισσότερο από το 8% της θαλάσσιας επικράτειάς της». Παρά τις συνεχιζόμενες συγκρούσεις από ιδιώτες ιδιοκτήτες γης, η Κυπριακή Δημοκρατία παρέμεινε εντός των ορίων που θέτει το συγκεκριμένο έργο, επιτρέποντας στα φυσικά μονοπάτια και πολλές άλλες δραστηριότητες που εμπίπτουν στον αγροτικό και φυσικό τουρισμό να εξελιχθούν, να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες και να εξασφαλίσουν βιώσιμη ανάπτυξη και στα δύο, οικονομικό και περιβαλλοντικό επίπεδο, καθώς και τα δύο θεωρούνται αλληλένδετα. Ένα από τα αειφόρα έργα από άποψη Δασών, αναφέρεται στο περίφημο «Κέντρο Επισκεπτών του Γεωπάρκου Τροόδους» που καλύπτει συνολική έκταση 1.147 τετραγωνικών χιλιομέτρων και παρέχει την ευκαιρία σε χιλιάδες επισκέπτες να συμβάλουν στην αειφόρο τουριστική ανάπτυξη, σε συνδυασμό με αυξημένη περιβαλλοντική συνείδηση.

5. Άλλες Γενικές Πολιτικές και Δραστηριότητες της Κυπριακής Δημοκρατίας στην Προστασία του Περιβάλλοντος για τον Αειφόρο Τουρισμό

- i. Δημιουργία Ομάδας Διαχείρισης Κρίσεων και Καταστροφών, αποτελούμενη από μια ομάδα εμπειρογνομόνων τόσο από επαγγελματικούς όσο και από ακαδημαϊκούς τομείς που δημιουργούν μια μακροπρόθεσμη στρατηγική και παρέχουν πληροφορίες στις εθνικές αρχές.
- ii. Αυστηρές ρυθμίσεις που καλύπτουν τις τουριστικές δραστηριότητες σε σχέση με την προστασία του περιβάλλοντος, ιδιαίτερα σε περιοχές που προσελκύουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών και αναπτύσσουν διάφορες

δραστηριότητες.

- iii. Ίδρυση Μονάδων Πυροσβεστικών Υπηρεσιών σε ευαίσθητες περιοχές όπως η χερσόνησος του Ακάμα, το όρος Τρόδος, τα Θαλάσσια Σπήλαια Πρωταρά και Πάφος και άλλες παρόμοιες περιοχές που εμπίπτουν στη συγκεκριμένη κατηγορία.
- iv. Συνεργασία με τα πανεπιστήμια της χώρας για την ανάπτυξη συγκεκριμένης επιστημονικής έρευνας που θα συμβάλει στη γνώση του επαγγελματία του τουριστικού κλάδου, η οποία μπορεί να μεταφερθεί στους επισκέπτες.
- v. Αυστηροί κανονισμοί βιοποικιλότητας που πρέπει να ακολουθούν οι επαγγελματίες του τουρισμού σε μεγάλο αριθμό δραστηριοτήτων. Αυτό περιλαμβάνει δραστηριότητες σε προστατευόμενες περιοχές που πρέπει να εφαρμοστούν με τη συμμετοχή τουριστών.
- vi. Εκπαίδευση ατόμων που εργάζονται σε αγροτικές περιοχές στον τουριστικό τομέα σχετικά με την ανάγκη προστασίας του περιβάλλοντος, τις νομικές και ηθικές διαστάσεις, καθώς και τις οικονομικές επιπτώσεις, θετικές ή αρνητικές.
- vii. Αυστηρή διαχείριση των υδάτων που ενισχύεται από την πρόσφατη νομοθεσία που ρυθμίζει τον μετασχηματισμό των ΟΤΑ, ώστε να διασφαλίζεται η ολοκληρωμένη διαχείριση και διανομή.
- viii. Εκπαίδευση των νέων, ξεκινώντας από τα σχολεία, προκειμένου να ευαισθητοποιηθούν, καθώς αυτά τα παιδιά θα είναι οι νέοι επαγγελματίες στον τομέα του τουρισμού, ως εκ τούτου, πρέπει να δημιουργήσουν μια μελλοντική βιώσιμη δυναμική στη νέα γενιά.
- ix. Εφαρμογή κανονισμών που σχετίζονται με άτομα με αναπηρία που αντιμετωπίζουν δυσκολίες πρόσβασης στους

Περιβαλλοντικούς θησαυρούς στην Κύπρο. Ένας αυξανόμενος αριθμός επιχειρήσεων και οργανισμών κινείται προς αυτή την κατεύθυνση.

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΥΠΑΡΧΟΝΤΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΙΣΠΑΝΙΑ

Η παρούσα εργασία στοχεύει να παράσχει ορισμένες πληροφορίες σχετικά με τις υπάρχουσες πολιτικές σχετικά με τον αειφόρο τουρισμό στην Ισπανία.

Ο τουρισμός είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς τα τελευταία χρόνια και θεωρείται ο κύριος συμμετέχων στη δημιουργία θέσεων εργασίας, την οικονομική ανάπτυξη, την προστασία του περιβάλλοντος και την καταπολέμηση της φτώχειας.

Κατά μέσο όρο για τις χώρες του ΟΟΣΑ, ο τουρισμός συμβάλλει άμεσα στο 4,4% του ΑΕΠ, στο 6,9% στην απασχόληση και στο 21,5% στις εξαγωγές που σχετίζονται με υπηρεσίες, συμβάλλοντας έτσι στην οικονομική ανάπτυξη και ανάπτυξη σε πολλές κοινωνίες.

Η Ισπανία είναι ένα σαφές παράδειγμα αυτού. Για περισσότερα από είκοσι χρόνια συγκαταλέγεται στους πέντε κορυφαίους προορισμούς παγκοσμίως σύμφωνα με στοιχεία που συγκεντρώνει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO). Ο τουρισμός είναι ο νούμερο ένα εξαγωγικός τομέας στην Ισπανία και δημιουργεί 13 στις 100 θέσεις εργασίας στη χώρα.

1. Η συμβολή του τουριστικού τομέα στην Ισπανία

Η συμβολή του τουριστικού τομέα στο ισπανικό ΑΕΠ είναι 10,9%, σύμφωνα με τα τελευταία επίσημα στοιχεία του 2014, που αντιπροσωπεύει 113,690 δισ. ευρώ. Επιπλέον, ο τουρισμός αποτελεί πηγή απασχόλησης για το 13% του πληθυσμού στην Ισπανία, που υπερβαίνει το μέσο ποσοστό απασχόλησης στον κλάδο παγκοσμίως.

Οι κλάδοι του τουρισμού με τον υψηλότερο όγκο εργαζομένων είναι η εξυπηρέτηση τροφίμων και ποτών (50% του συνόλου των

απασχολουμένων στον τουρισμό), οι λοιπές τουριστικές δραστηριότητες (23,8%), οι υπηρεσίες διαμονής (14,8%) και οι μεταφορές επιβατών (11,4%).

Οι θέσεις εργασίας στον τομέα του τουρισμού είναι πολύ διαφορετικές και μερικές φορές χρησιμεύουν ως πύλη προς την αγορά εργασίας, ιδίως για τους νέους, οι οποίοι μπορούν στη συνέχεια να αναπτύξουν τη σταδιοδρομία τους στον τομέα αυτό. Γνωρίζουμε για παράδειγμα ότι στην Ισπανία, το 8,4% των απασχολουμένων στον κλάδο έχει πρωτοβάθμια εκπαίδευση, το 63,1% έχει δευτεροβάθμια εκπαίδευση και το 28,5% πανεπιστημιακή.

Στον τουριστικό τομέα, οι γυναίκες αποτελούν παραδοσιακά μεγάλο ποσοστό του εργατικού δυναμικού και στην Ισπανία οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν το 44,3% της απασχόλησης στον κλάδο. Σε κλάδους όπως οι υπηρεσίες διαμονής το ποσοστό αυτό φτάνει το 55,5% σε αντίθεση με το 17,2% της γυναικείας απασχόλησης στον τομέα των μεταφορών.

Μια τάση που χαρακτηρίζει τον τουρισμό στην Ισπανία εδώ και πολλά χρόνια είναι η εποχικότητά του, καθώς ήταν προορισμός με ήλιο και άμμο το καλοκαίρι για τουρίστες από τη Βόρεια Ευρώπη. Αυτή η εποχικότητα επηρεάζει αναπόφευκτα το ποσοστό της προσωρινής απασχόλησης και το εισόδημα των ντόπιων εργαζομένων. Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει βήματα για τη διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς προκειμένου να προσελκύσουν ταξιδιώτες κατά τη χαμηλή περίοδο, προωθώντας τον πολιτιστικό, τον αστικό και τον επιχειρηματικό τουρισμό.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του 2015 στο Βαρόμετρο του UNWTO, φαίνεται ότι αυτή η στρατηγική αρχίζει να αποδίδει καρπούς δεδομένης της ανάπτυξης του τουρισμού τους μήνες Οκτώβριο (10%) και Νοέμβριο (11%).

Από την άλλη πλευρά, οι αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους και οι κρουαζιέρες συνεχίζουν να επεκτείνονται στην ισπανική αγορά και έτσι φαίνεται ότι ο τουρισμός στην Ισπανία, όπως και στην υπόλοιπη Ευρώπη,

θα συνεχίσει να αναπτύσσεται με κάπως πιο αργό αλλά σταθερό ρυθμό τα επόμενα χρόνια.

2. Αειφόρος Τουρισμός στην Ισπανία

Εκτός από τον κοινωνικοοικονομικό αντίκτυπο του τουρισμού, ο τομέας, εάν διαχειρίζεται με βιώσιμο τρόπο, μπορεί να αποτελέσει παράγοντα διατήρησης του περιβάλλοντος, προώθησης και πολιτιστικής εκτίμησης και κατανόησης μεταξύ των λαών. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό όλοι οι ενδιαφερόμενοι, συμπεριλαμβανομένων των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, να γνωρίζουν τόσο τις ευκαιρίες όσο και τις ευθύνες τους και, ως εκ τούτου, να είναι σε θέση να ενεργούν ανάλογα, ώστε οι ενέργειές τους να εγγυώνται βιώσιμη ανάπτυξη.

Στην πραγματικότητα, ο αυξανόμενος αριθμός ανθρώπων που ταξιδεύουν σε διεθνές και εθνικό επίπεδο κάθε χρόνο προκαλεί πιέσεις όσον αφορά τις εκπομπές αερίων, τις οικονομικές απώλειες, τη διαχείριση των πόρων και τον αντίκτυπο στις τοπικές κοινότητες και την πολιτιστική κληρονομιά. Ως εκ τούτου, η θετική συμβολή του τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη και ο μετριασμός των αρνητικών επιπτώσεων του κλάδου απαιτούν αποφασιστική δράση από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.

Ο τουρισμός πρέπει να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο, παρέχοντας βιώσιμες λύσεις για τους ανθρώπους και τον πλανήτη. Επιβεβαιώνοντας αυτό το καθήκον της δημιουργίας ευημερίας, της βελτίωσης των μέσων διαβίωσης και της διατήρησης του περιβάλλοντος, ο τομέας θεωρείται πλέον θεμελιώδης για τη βιώσιμη ανάπτυξη των χωρών.

Είναι απαραίτητο να προωθηθεί ένας τομέας τουρισμού χωρίς αποκλεισμούς που παρέχει αξιοπρεπείς συνθήκες εργασίας για όλους, προωθεί τον πολιτισμό και τα τοπικά προϊόντα και προστατεύει τους φυσικούς πόρους, διατηρώντας έτσι τα μοναδικά αξιοθέατα κάθε προορισμού.

Το Παγκόσμιο Σύμφωνο των Ηνωμένων Εθνών για την Ισπανία

διαδραματίζει βασικό ρόλο και υποστηρίζει τον τουριστικό τομέα στη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου και υπεύθυνου επιχειρηματικού μοντέλου που συμβάλλει στην υλοποίηση των Στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης που σηματοδοτούν την Ατζέντα 2030 για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη.

Οι ισπανικές τουριστικές εταιρείες δεσμεύονται για τον υπεύθυνο τουρισμό εφαρμόζοντας τις αρχές του Παγκόσμιου Κώδικα Δεοντολογίας για τον Τουρισμό του UNWTO και εκείνων του Παγκόσμιου Συμφώνου, κάνοντας έτσι τη διαφορά στην κοινωνία και στον κλάδο.

Οι Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης αντιπροσωπεύουν μια ευκαιρία για τον τουρισμό και παρουσίασαν συγκεκριμένες περιπτώσεις που συμβαίνουν. Αυτός ο νέος τρόπος εργασίας, που προτείνεται από τα Ηνωμένα Έθνη, τους επέτρεψε να βιώσουν πώς ο συνδυασμός των προσπαθειών του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα προσφέρει καλύτερα αποτελέσματα.

Αυτές οι προσπάθειες προέρχονται από πολύ διαφορετικές οντότητες όσον αφορά τη φύση, το μέγεθος και την περιοχή δραστηριότητάς τους: μεταφορές, αλυσίδες ξενοδοχείων, ταξιδιωτικά γραφεία, εταιρείες συμβούλων, εκπαιδευτικά ιδρύματα, επιχειρήσεις τουριστικής τεχνολογίας και καινοτομίας και λούνα παρκ. Αυτό είναι ένα σαφές παράδειγμα του τι είναι το Παγκόσμιο Σύμφωνο: οντότητες με μεγάλη ποικιλία, οι οποίες, σύμφωνα με τα Ηνωμένα Έθνη, δεσμεύονται για ένα σύμφωνο για βιώσιμη ανάπτυξη.

Το Δίκτυο του Παγκοσμίου Συμφώνου των Ηνωμένων Εθνών στην Ισπανία, το 2015, προσδιόρισε τις προτεραιότητες του ισπανικού ιδιωτικού τομέα για να συμβάλει αποτελεσματικά στους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης. Και ο τουριστικός τομέας εμφανίζεται σε δύο σημαντικούς τομείς. Πρώτον, ως πηγή ευημερίας: «Προώθηση του βιώσιμου τουρισμού, αλλαγή του κλάδου της εστίασης, με επίκεντρο τους υπεύθυνους πολίτες». Και δεύτερον, ως σημαντική δραστηριότητα για τον πλανήτη: «Προστασία της βιοποικιλότητας ως βασικό στοιχείο για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας των πόρων και των οικονομικών τομέων προτεραιότητας στην Ισπανία, για παράδειγμα, μέσω του υπεύθυνου τουρισμού». Αυτά είναι στοιχεία που καθοδηγούν την τρέχουσα και

μελλοντική εργασία.

Δεδομένου ότι το Ισπανικό Δίκτυο αποτελεί παράδειγμα στο Παγκόσμιο Σύμφωνο και λαμβάνοντας υπόψη τη σημασία του τουριστικού τομέα στην Ισπανία, η συμμαχία του UNWTO και του Παγκόσμιου Συμφώνου έχει αποδειχθεί πολύ συμφέρουσα. Αποτελεί παράδειγμα για άλλους τομείς, δείχνοντας ότι μπορούμε να προχωρήσουμε από «χωρίς αρνητικό αντίκτυπο» σε θετικό αντίκτυπο.

Τον Σεπτέμβριο του 2015, το Παγκόσμιο Σύμφωνο των Ηνωμένων Εθνών στην Ισπανία και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού υπέγραψαν συμφωνία συνεργασίας για τη συμμετοχή των εταιρειών του ισπανικού τουριστικού τομέα σε πρωτοβουλίες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, με πρωταρχικό πλαίσιο τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης.

3.Επισκόπηση της Περιβαλλοντικής Εφαρμογής

Στην έκθεση Επισκόπησης της Περιβαλλοντικής Εφαρμογής του 2017, οι κύριες προκλήσεις που εντοπίστηκαν όσον αφορά την εφαρμογή της περιβαλλοντικής πολιτικής και νομοθεσίας της ΕΕ στην Ισπανία ήταν:

- Βελτίωση της διαχείρισης των υδάτων, συμπεριλαμβανομένης της ολοκλήρωσης της επεξεργασίας αστικών λυμάτων.
- Βελτίωση της διαχείρισης απορριμμάτων και ανάπτυξη των δυνατοτήτων της κυκλικής οικονομίας.
- Αύξηση της περιβαλλοντικής φορολογίας, καθώς και μείωση των επιβλαβών για το περιβάλλον επιδοτήσεων.

Η έκθεση Επισκόπησης της Περιβαλλοντικής Εφαρμογής του 2019 δείχνει ότι έχει σημειωθεί κάποια πρόοδος όσον αφορά τη διαχείριση των υδάτων. Τα περισσότερα από τα σχέδια διαχείρισης λεκάνης απορροής ποταμού δεύτερου κύκλου που εκπονήθηκαν σύμφωνα με την οδηγία πλαίσιο για τα ύδατα, εγκρίθηκαν εγκαίρως (με αξιοσημείωτη εξαίρεση τα

Κανάρια Νησιά), βελτιώνοντας πολλές πτυχές. Η ισπανική κυβέρνηση ξεκίνησε επίσης μια διαδικασία το 2017 για την υιοθέτηση ενός «Εθνικού Συμφώνου για το Νερό», το οποίο είναι ακόμη ανοιχτό. Ωστόσο, εξακολουθούν να υπάρχουν πολλές προκλήσεις, συμπεριλαμβανομένης της διαχείρισης του νερού και της ανάγκης να καλυφθούν τα κενά στις επενδύσεις σε νερό, ιδίως όσον αφορά τα λύματα. Μετά από απόφαση του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης της 25ης Ιουλίου 2018, η Ισπανία έλαβε για πρώτη φορά χρηματικές κυρώσεις από την ΕΕ για μη συμμόρφωση με την Οδηγία για την επεξεργασία των αστικών λυμάτων (UWWTD).

Εκτός από τα σημεία αριστείας που αναφέρονται στην έκθεση Επισκόπησης της Περιβαλλοντικής Εφαρμογής του 2017, μπορούν να επισημανθούν και άλλες καλές πρακτικές για την περιβαλλοντική εφαρμογή στην περίπτωση της Ισπανίας.

Για παράδειγμα, στον τομέα της διασφάλισης περιβαλλοντικής συμμόρφωσης και αναγνωρίζοντας την ανάγκη για επαγγελματική εξειδίκευση για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του περιβαλλοντικού εγκλήματος, η Ισπανία δημιούργησε μια αστυνομική μονάδα (SEPRONA – Guardia Civil) για την καταπολέμηση του περιβαλλοντικού εγκλήματος και μια εξειδικευμένη Περιβαλλοντική Εισαγγελική Αρχή. Οι δυο τους έχουν ήδη επιτύχει στη διερεύνηση και τη δίωξη του οργανωμένου περιβαλλοντικού εγκλήματος.

4.Το Στρατηγικό Σχέδιο για τη Φυσική Κληρονομιά και τη Βιοποικιλότητα

Το Στρατηγικό Σχέδιο για τη Φυσική Κληρονομιά και τη Βιοποικιλότητα 2011-2017, εμβραθύνει και εδραιώνει την έννοια της τομεακής ολοκλήρωσης ως τρόπου προόδου στη διατήρηση και τη βιώσιμη χρήση της.

Ο τρίτος στόχος αυτού του Στρατηγικού Σχεδίου επιδιώκει να προωθήσει την ενσωμάτωση της βιοποικιλότητας στις τομεακές πολιτικές

και έχει συγκεκριμένο στόχο αφιερωμένο στην προώθηση της βιωσιμότητας του φυσικού τουρισμού.

Για την επίτευξη αυτού του στόχου θεσπίζονται μια σειρά από δράσεις, μεταξύ των οποίων ξεχωρίζει λόγω της εμβέλειάς της η δράση αφιερωμένη στην ανάπτυξη ενός τομεακού σχεδίου για τον τουρισμό και τη βιοποικιλότητα.

Το Τομεακό Σχέδιο εστιάζει στην ενίσχυση των θετικών συνεργιών που σχετίζονται με τη διατήρηση της βιοποικιλότητας και τον φυσιοτουρισμό, λαμβάνοντας υπόψη το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ότι η βιοποικιλότητα της Ισπανίας είναι η πιο σημαντική στην Ευρωπαϊκή Ένωση και ότι ο τουριστικός τομέας είναι ένας από τους σημαντικότερους από την άποψη του οικονομικού της αντίκτυπου στους εθνικούς λογαριασμούς της Ισπανίας. όσον αφορά τον οικονομικό αντίκτυπο της στους εθνικούς λογαριασμούς της Ισπανίας.

Η σύνδεση του φυσικού τουρισμού με τη βιοποικιλότητα και η διατήρηση της σε καλή κατάσταση, απαιτεί, την ανάπτυξη και την προώθησή του, καθώς και να λαμβάνουν ιδιαίτερα υπόψη την περιβαλλοντική βιωσιμότητα των δραστηριοτήτων τους, και να διασφαλίζουν τη συμβατότητα μεταξύ της χρήσης και της απόλαυσης του περιβάλλοντος, και της κατάλληλης διατήρησής του.

Υπό αυτές τις συνθήκες, ο στόχος αυτού του τομεακού σχεδίου για τον φυσιοτουρισμό και τη βιοποικιλότητα είναι να ενισχύσει την αξία της βιοποικιλότητας της Ισπανίας προκειμένου να προωθηθεί ο φυσιοτουρισμός ως οικονομική δραστηριότητα που δημιουργεί απασχόληση, διασφαλίζοντας πάντα τη σωστή διατήρηση των φυσικών αξιών της περιοχής. Με άλλα λόγια, να ενσωματωθούν οι στόχοι της διατήρησης της βιοποικιλότητας στις πολιτικές που σχετίζονται με τον τουρισμό και να γίνουν δυνατές οι επενδύσεις στη βιοποικιλότητα, δημιουργώντας θέσεις εργασίας, οικονομική ανάπτυξη και σταθεροποιώντας τον αγροτικό πληθυσμό.

Αυτό το τομεακό σχέδιο έχει σχεδιαστεί ως πλαίσιο συνεργασίας

μεταξύ όλων των εμπλεκομένων, δημοσίων και ιδιωτικών, στον τουρισμό της φύσης και τη διατήρηση της βιοποικιλότητας.

5. Παιχνιδοποίηση στα σχολεία

Η παιχνιδοποίηση αναφέρεται στη χρήση τυπικής δυναμικής των βιντεοπαιχνιδιών σε ένα πλαίσιο εκτός παιχνιδιού για να ενθαρρύνει τη συμμετοχή των χρηστών, να τους κάνει να εκτελούν ορισμένες ενέργειες και να τους παρακινούν μέσω μηχανισμών παιχνιδιού, όπως βαθμολογίες, πόντοι, ανταμοιβές, επίπεδα για να ξεπεραστούν.

Η παιχνιδοποίηση μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί στα σχολεία και προωθείται ως μέρος της έξυπνης εκπαίδευσης. Αυτό δεν συνεπάγεται τη διασκέδαση της τάξης ή τη σπατάλη χρόνου με παιχνίδια, αλλά την τόνωση της μάθησης μέσω νέων μεθόδων μελέτης.

Η παιχνιδοποίηση κάνει τους μαθητές να μαθαίνουν καλύτερα επειδή έχουν στόχους, στόχους και επιτεύγματα προς επίτευξη. Η παιχνιδοποίηση στη μάθηση περιλαμβάνει στοιχεία βασισμένα στο παιχνίδι, όπως βαθμολόγηση, ανταγωνισμός από ομοτίμους, ομαδική εργασία, βαθμολογία πινάκων για να αυξηθεί η δέσμευση, να βοηθηθούν οι μαθητές να αφομοιώσουν νέες πληροφορίες και να δοκιμάσουν τις γνώσεις τους. Μπορεί να εφαρμοστεί σε μαθήματα που βασίζονται στο σχολείο, αλλά χρησιμοποιείται επίσης ευρέως σε εφαρμογές και μαθήματα αυτοδιδασκαλίας.

Μεταξύ των διαφορετικών στρατηγικών, η παιχνιδοποίηση έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον των εκπαιδευτικών, οι οποίοι διερευνούν τις δυνατότητές του για τη βελτίωση της μάθησης των μαθητών. Ένας από τους λόγους για τη συμπερίληψη στοιχείων παιχνιδιού στην εκπαίδευση είναι ότι έχει αναφερθεί ότι τα παιχνίδια μπορούν να παρέχουν κοινωνικούς δεσμούς, να προάγουν την αναζήτηση γνώσης, να αναπτύξουν τη δημιουργικότητα, να βελτιώσουν την ψυχική υγεία και να μειώσουν την απομόνωση. Στην πραγματικότητα, είναι σημαντικό οι

δάσκαλοι να λαμβάνουν υπόψη και τις ιδιαίτερες δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι μαθητές τους κατά τη διάρκεια του περιορισμού. Ως εκ τούτου, μπορούν να χρησιμοποιήσουν την παιχνιδοποίηση για να μετριάσουν τους φυσικούς και ψυχολογικούς περιορισμούς που σχετίζονται με μια κατάσταση καραντίνας.

Στην Ισπανία, όλο και περισσότερα επίπεδα εκπαίδευσης - από την προσχολική έως την τριτοβάθμια εκπαίδευση - ενσωματώνουν πόρους που συνδυάζουν την τεχνολογία, τα παιχνίδια και το σχολικό πρόγραμμα σπουδών. Ο πολλαπλασιασμός των δωρεάν εφαρμογών τόσο για παιδιά όσο και για ενήλικες σε iOS, Android ή ιστότοπους για όλα τα θέματα σε όλα τα επίπεδα εξαπλώνεται έντονα.

Μια πρόσφατη μελέτη από το Πανεπιστήμιο της Γρανάδας επισημαίνει ότι στο πανεπιστημιακό περιβάλλον χρησιμοποιείται περισσότερο αυτός ο πόρος. Η έκθεση τονίζει ότι στο πανεπιστήμιο οι πιο πολύτιμες μεταβλητές χρήσης του είναι η δέσμευση, τα κίνητρα και η μαθησιακή εμπειρία, ενώ στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση οι κύριοι στόχοι σχετίζονται με μεταβλητές όπως η ακαδημαϊκή επίδοση, η συνεργατική εργασία ή τα κίνητρα.

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΥΠΑΡΧΟΥΣΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τα τελευταία 20 χρόνια στην Ελλάδα, σε αντίθεση με τον μαζικό τουρισμό, έχουν αναπτυχθεί κάποιες εναλλακτικές μορφές που χαρακτηρίζονται από ευαισθησία στην προστασία της φύσης και του πολιτισμού μιας περιοχής. Σε αυτούς περιλαμβάνονται ο οικοτουρισμός, ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της τουριστικής βιομηχανίας.

Είναι μια νέα μορφή τουρισμού που πρώτος στόχος της είναι η προστασία του περιβάλλοντος και των φυσικών πόρων, αλλά και η διατήρηση και ανάδειξη των πολιτιστικών χαρακτηριστικών ενός τόπου. Αντίστοιχες προσπάθειες έχουν γίνει και στην Ελλάδα. Ήδη έχει σημειωθεί σημαντική πρόοδος, ιδιαίτερα στον τομέα των κτιριακών υποδομών, δεδομένου ότι τα καταλύματα αγροτουρισμού υπολογίζονται πάνω από 1800.

Εξετάζοντας τα στοιχεία για την τουριστική δραστηριότητα για το 2019, που θεωρήθηκε η καλύτερη χρονιά για τον τουρισμό με έσοδα 17,7 δισ. και αφίξεις 31,3 εκατ. τουριστών (εξαιρουμένων των αφίξεων κρουαζιέρας), διαπιστώνεται ότι το 56% των αφίξεων συγκεντρώνεται στο τρίμηνο Ιουλίου-Σεπτεμβρίου ενώ το 70% των ξενοδοχειακών μονάδων συγκεντρώνεται σε 4 περιοχές της Ελλάδας (<https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy>). Αυτό σημαίνει ότι 4 περιοχές στην Ελλάδα δέχονται τεράστια τουριστική πίεση μια συγκεκριμένη εποχή του χρόνου, γεγονός με πολλαπλές συνέπειες όπως η πίεση που δέχεται το φυσικό περιβάλλον.

Στη σύγχρονη Ελλάδα, το πλαίσιο θεσμών και όρων που σχετίζονται με τον τουρισμό έχει τα χαρακτηριστικά του μοντέλου του μαζικού τουρισμού, χωρίς να έχει ξεκάθαρα διαχωρισμένες έννοιες και όρους εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Όσο η ασάφεια και τα θεσμικά κενά επιμένουν, κάθε προσπάθεια ανάπτυξης του οικοτουρισμού θα είναι απομονωμένη, χωρίς πλαίσιο και προδιαγραφές, χωρίς δικτύωση, χωρίς συμβουλευτική υποστήριξη, χωρίς νομικό πλαίσιο και μακροπρόθεσμο

σχεδιασμό και θα έγκειται πάντα στην ευαισθητοποίηση, την ενημέρωση και τη γνώση. ατόμων που ασχολούνται με τον οικοτουρισμό. Ο οικοτουρισμός δεν μπορεί να μετρηθεί ποσοτικά και στατιστικά. Και αυτό γιατί δεν υπάρχουν στατιστικά στοιχεία. Τα στοιχεία που συλλέγει η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία και σχετίζονται με τον τουρισμό δεν διαφοροποιούνται μεταξύ ξενοδοχειακών μονάδων και μικρότερων καταλυμάτων με προδιαγραφές που μπορούν να εξυπηρετήσουν τους οικοτουρίστες. Αλλά ακόμα κι αν υπήρχε ξεκάθαρος διαχωρισμός, δεν θα υπήρχαν νούμερα που θα μπορούσαν να χωρίσουν τους τυπικούς επισκέπτες των «σαββατοκύριακων» από εκείνους -τους λίγους- που έχουν οικοτουριστικό χαρακτήρα και συμπεριφορά.

Θα ήταν πιο σωστό, αφού δεν μπορούμε να μετρήσουμε τον οικοτουρισμό, αλλά ούτε καν τον εναλλακτικό τουρισμό στην Ελλάδα, να δούμε τις πιο γενικές ενδεικτικές κατευθύνσεις, σχέδια και δράσεις που έχουν γίνει για τον οικοτουρισμό.

Ο οικοτουρισμός στην Ελλάδα περνά αυτή τη στιγμή σε ένα μεταβατικό στάδιο. Η σημασία του κινδυνεύει λόγω παρεξηγήσεων ως προς το περιεχόμενό του, την εμπορευματοποίηση του όρου και την έλλειψη κατάλληλου θεσμικού πλαισίου. Ο αόρατος κίνδυνος όμως είναι η έλλειψη οργάνωσης.

Στις επόμενες παραγράφους θα επιχειρήσουμε μια σύντομη παρουσίαση των μορφών που έχει ο οικοτουρισμός στην Ελλάδα, τη σχέση του με συναφείς μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός ή ο φυσιοτουρισμός, τα πρώτα του βήματα, η τρέχουσα κατάσταση και οι προκλήσεις που καλείται να αντιμετωπίσει.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα προικισμένη με φύση και γνωστή για την πλούσια ιστορία της. Προσφέρει άφθονο φως, ζεστή και φιλική θάλασσα, αλλά και μοναδικά μνημεία. Δεν έχει σταματήσει να προσελκύει εκατομμύρια τουρίστες εδώ και πολλές δεκαετίες.

Στα θετικά αυτής της εξέλιξης, η «πώληση» του προϊόντος «Ήλιος και Θάλασσα» από την τουριστική βιομηχανία, έφερε τεράστια οικονομικά

οφέλη στη χώρα, και κατάφερε να διατηρήσει πληθυσμούς στην επαρχία. Όλα αυτά τα «εκατομμύρια» τουρίστες θα πρέπει να κοιμηθούν κάπου, να φάνε, να πετάξουν τα σκουπίδια τους. Μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, αμέτρητες βίλες στις παραλιακές περιοχές, ταβέρνες, δρόμοι, ιδιωτικές παραλίες, καντίνες και χωματερές άρχισαν να αλλοιώνουν ανεπανόρθωτα το φυσικό περιβάλλον. Αυτή είναι η κύρια τουριστική πρωτεύουσα της χώρας. Είναι το λεγόμενο παράδοξο του τουρισμού: καταστρέφει αυτό που πουλάει ως προϊόν.

Ο οικοτουρισμός, όπως προαναφέρθηκε, έχει αρχίσει να αναπτύσσεται στην Ελλάδα τα τελευταία είκοσι χρόνια. Η αρχή για αυτή την κατεύθυνση ήταν ένα πρόγραμμα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού που ξεκίνησε τη δεκαετία του '80 και αφορούσε την αποκατάσταση ιστορικών κτιρίων προκειμένου να χρησιμοποιηθούν ως ξενώνες. Τότε βέβαια δεν υπήρχε λόγος για οικοτουρισμό, αλλά ήταν ένα πρώτο βήμα.

Στη συνέχεια υπήρξαν κάποιες ευρωπαϊκές επιδοτήσεις που αφορούσαν κυρίως τη διαφοροποίηση, δηλαδή την ενίσχυση των δραστηριοτήτων αγροτικού τουρισμού για τη συμπλήρωση του αγροτικού εισοδήματος. Ο αγροτουρισμός είναι επίσης μια πτυχή του οικοτουρισμού εάν προστατεύει το περιβάλλον. Έτσι δημιουργήθηκε το 2001 η Αγροτουριστική Α.Ε., (<https://agrotourism.wordpress.com>) μια εταιρεία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, λεγόμενη εκείνη την εποχή, που παρείχε βοήθεια και συμβουλές σε επιχειρηματίες που ήθελαν να ασχοληθούν με τον «αγροτουρισμό», ένταξή τους σε δίκτυο προώθησης και απονομή βραβείου «σήμα ποιότητας αγροτουρισμού». Η εταιρεία συνεργάστηκε στενά με τοπικές αναπτυσσόμενες εταιρείες και βοήθησε στη δημιουργία περισσότερων από 700 επιχειρήσεων. Δυστυχώς, το 2009 η εταιρεία έκλεισε αφήνοντας ξανά την υπόθεση του αγροτουρισμού και κατά συνέπεια του οικοτουρισμού χωρίς καμία οργάνωση σε εθνικό επίπεδο.

Τα ηνία έχουν πλέον οι Περιφέρειες και οι ΟΤΑ, παρουσιάζοντας και διαφημίζοντας τις «οικοτουριστικές επιχειρήσεις» της επικράτειάς τους, σε μια προσπάθεια διαφοροποίησης του τουριστικού τους προϊόντος. Ένα

άλλο χαρακτηριστικό της σημερινής κατάστασης είναι η οργάνωση και διαχείριση των προστατευόμενων περιοχών.

Πάρα πολλές περιοχές στην Ελλάδα έχουν τεθεί υπό καθεστώς «νομικής προστασίας». Εθνικά πάρκα, υγρότοποι Ramsar, περιοχές Natura 2000, περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους κ.λπ., αποτελούν το σημαντικότερο φυσικό κεφάλαιο για την υποστήριξη των οικοτουριστικών δραστηριοτήτων. Ωστόσο, εκτός από μερικά παραδείγματα, οι περισσότερες περιοχές δεν διαθέτουν τοπικούς φορείς διαχείρισης και υποχρηματοδοτούνται με αναποτελεσματική διαχείριση.

Σύμφωνα με τη γνώμη των συντακτών αυτής της έρευνας, ο οικοτουρισμός στην Ελλάδα διέρχεται σήμερα μια πρώιμη κρίση. Δεν υπάρχει συγκεκριμένος στόχος. Τα ευρωπαϊκά κονδύλια αρχίζουν πλέον να μειώνονται, η οργάνωση σε εθνικό ή ακόμα και περιφερειακό επίπεδο είναι ανύπαρκτη, υπάρχει μια γενική ασάφεια σχετικά με τις καλές εμπορικές πρακτικές οικοτουρισμού. Επιπλέον, το ελληνικό κράτος και γενικότερα οι επιχειρηματίες του τουρισμού φαίνεται να θέλουν να διατηρήσουν αποκλειστικά το πρότυπο «Ήλιος και Θάλασσα» ως βάση της τουριστικής πολιτικής της χώρας. Επιπλέον, αναπτύσσονται δραστηριότητες που οδηγούν έξω από το κλισέ.

Σε αυτή τη συγκυρία, λόγω της οικονομικής και υγειονομικής κρίσης, το μέλλον του τουρισμού στην Ελλάδα απαιτεί κάποια βασικά βήματα που προτείνονται για καλύτερη οργάνωση και ποιοτική ανάπτυξη του οικοτουριστικού προϊόντος:

- 1) Ίδρυση και λειτουργία ειδικών υπηρεσιών επίβλεψης και προβολής σε εθνικό και διεθνές επίπεδο του οικοτουριστικού μας προϊόντος, εκπαίδευση και υποστήριξη επαγγελματιών του χώρου.
- 2) Καθιέρωση σήματος ποιότητας οικοτουρισμού για τουριστικές επιχειρήσεις που σέβονται αυστηρά συγκεκριμένα κριτήρια

- 3) Έμφαση στην ανάπτυξη τοπικών δικτύων οικοτουρισμού από επιχειρηματίες, τοπικές αρχές και φορείς διαχείρισης προστατευόμενων περιοχών, για την αξιοποίηση των οικοτουριστικών πλεονεκτημάτων κάθε περιοχής.
- 4) Ενίσχυση των Φορέων Διαχείρισης προστατευόμενων περιοχών, και δημιουργία νέων όπου δεν υπάρχουν
- 5) Αναδιάρθρωση του εθνικού τουριστικού προϊόντος σύμφωνα με μια αυθεντική και ειλικρινή εκτίμηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Ελλάδας
- 6) Δημιουργία κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου για τη διάκριση και προστασία των οικοτουριστικών επιχειρήσεων, προϊόντων και υπηρεσιών.

Εν κατακλείδι, πρέπει να τονίσουμε ότι η οικονομική κρίση που διανύουμε αποτελεί και πρόκληση για την οργάνωση του οικοτουρισμού ώστε να ξεπεράσει τα περιθώρια και να αποτελέσει μοχλό τουριστικής ανάπτυξης, προσφέροντας υπηρεσίες και αγαθά, επενδύοντας όχι μόνο στη συσκευασία αλλά και στο περιεχόμενο, όχι μόνο στην εμφάνιση αλλά και στη γεύση, όχι μόνο στο μύθο αλλά και στην ουσία, με άλλα λόγια, στην πραγματική εμπειρία.

1. Υιοθέτηση συστήματος βιώσιμης φιλοξενίας στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών - UNWT (<https://www.unwto.org/>), στον τομέα του τουρισμού, θα πρέπει να αναπτυχθούν και να εφαρμοστούν κατάλληλες πολιτικές, ώστε να έχουν μελλοντικό αποτύπωμα των δραστηριοτήτων του στις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές εξελίξεις. Ταυτόχρονα όμως πρέπει να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα ώστε να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις και τις ανάγκες των επισκεπτών και των τοπικών κοινωνιών αλλά και να προστατεύεται το περιβάλλον.

Αυτή η προσέγγιση αποτελεί τη βάση για την επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης στον τουρισμό, ως μια παγκόσμια στρατηγική επιλογή, που εξυπηρετεί τους «17 στόχους για την επίτευξη βιώσιμης ανάπτυξης», όπως ορίζονται από τα Ηνωμένα Έθνη.

Από τους συνολικά 17 στόχους, ο Τουρισμός περιλαμβάνεται άμεσα ως προτεραιότητα, στους Στόχους 8, 12 και 14 για τη χωρίς αποκλεισμούς, τη βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, τη βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή (SCP) και τη βιώσιμη εκμετάλλευση των ωκεανών και των θαλάσσιων πόρων. Ως εκ τούτου, η Ελλάδα, ως ιδρυτικό μέλος των Ηνωμένων Εθνών και με ισχυρή τουριστική βιομηχανία, πρέπει να εντάξει αυτές τις αρχές στους στρατηγικούς της στόχους.

Οι αρχές της αειφορίας ισχύουν για την περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνικο-πολιτιστική ανάπτυξη, όπου πρέπει να βρεθεί η κατάλληλη ισορροπία μεταξύ αυτών των τριών επιπέδων κατά περίπτωση, προκειμένου να επιτευχθεί η επιθυμητή μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα. Άρα κατ' αρχήν για να πετύχουμε βιώσιμο τουρισμό, τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς, πρέπει:

- Καταβάλετε κάθε δυνατή προσπάθεια ώστε να αξιοποιήσετε με τον καλύτερο τρόπο τους περιβαλλοντικούς πόρους, που αποτελούν βασικά στοιχεία για την τουριστική ανάπτυξη, προστατεύοντας την οικολογική ισορροπία και συμβάλλοντας στη διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς και της βιοποικιλότητας (αρχή DNSH).
- Προστασία της κοινωνικο-πολιτιστικής αυθεντικότητας και μοναδικότητας των κοινοτήτων υποδοχής. Ταυτόχρονα, θα πρέπει να προσφέρουμε την κατάλληλη μέριμνα για τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς και των παραδοσιακών αξιών, συμβάλλοντας παράλληλα στην ενίσχυση της διαπολιτισμικής κατανόησης και ανεκτικότητας.
- Διασφάλιση της μακροπρόθεσμης οικονομικής βιωσιμότητας των τοπικών κοινωνιών, διασφαλίζοντας κοινωνικοοικονομικά

οφέλη για όλα τα μέλη. Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στη δίκαιη κατανομή αυτών των παροχών, συμπεριλαμβανομένων των ευκαιριών σταθερής απασχόλησης και εισοδήματος. Η παροχή επαρκών κοινωνικών υπηρεσιών στα μέλη αυτών των τοπικών κοινοτήτων συμβάλλει περαιτέρω στην καταπολέμηση της φτώχειας.

- Διασφάλιση της συνεχούς ενημέρωσης και εκπαίδευσης όλων των εμπλεκομένων. Η καθιέρωση του μοντέλου αειφόρου τουρισμού είναι μια συνεχής διαδικασία, η οποία απαιτεί στενή παρακολούθηση των εξελίξεων και προσεκτική αξιολόγηση των επιπτώσεων, εισάγοντας όποτε είναι απαραίτητο, την κατάλληλη στιγμή τα κατάλληλα προληπτικά ή διορθωτικά μέτρα.
- Επίτευξη υψηλού επιπέδου ικανοποίησης των επισκεπτών, ευαισθητοποίηση σε θέματα αειφορίας και προώθηση κατάλληλων τουριστικών πρακτικών.
- Προστασία της Βιοποικιλότητας (BIODIVERSITY)
- Πρόληψη της κλιματικής αλλαγής και της υπερθέρμανσης του πλανήτη (CLIMATE CHANGE)
- Μειώστε τη χρήση πλαστικών (GLOBAL TOURISM PLASTICS INITIATIVE)
- Υιοθέτηση λύσεων για τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας στις Ξενοδοχειακές Μονάδες (HOTEL ENERGY SOLUTIONS (HES))
- Υιοθέτηση της πρωτοβουλίας «One Planet» (ONE PLANET) για τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού έως το 2030.

Ο αειφόρος τουρισμός αποτελεί πυλώνα της Ατζέντας του ΟΗΕ 2030. Ωστόσο, η επίτευξη των στόχων αυτής της ατζέντας απαιτεί ένα σαφές πλαίσιο εφαρμογής, επαρκή χρηματοδότηση και επενδύσεις σε διάφορους τομείς εφαρμογής, όπως η τεχνολογία, οι υποδομές και, κυρίως, οι ανθρώπινοι πόροι (<https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>). Έτσι, παγκοσμίως, ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην επίτευξη περισσότερων από 17 στόχων για την αειφόρο ανάπτυξη, όπως αναλύονται παρακάτω στην περίπτωση της Ελλάδας.

2.Στόχος 8: Ικανοποιητική Εργασία και Ανάπτυξη

Ο τουρισμός ως μια από τις κινητήριες δυνάμεις της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης, παρέχει σήμερα το 9% των θέσεων εργασίας παγκοσμίως, ενώ στην Ελλάδα το ποσοστό αυτό είναι 25%. Συγκεκριμένα, για το 2019, ο τουρισμός προσέφερε απασχόληση σε περίπου 900.000 άτομα σε σύνολο 3,9 εκατομμυρίων εργαζομένων.

Παρέχοντας πρόσβαση σε αξιοπρεπείς ευκαιρίες απασχόλησης, η κοινωνία στο σύνολό της, αλλά κυρίως οι νέοι και οι γυναίκες, μπορούν να επωφεληθούν από τις δεξιότητες και την επαγγελματική ανάπτυξη που αποκτώνται μέσω του τουριστικού τομέα. Σε αυτό το πνεύμα, ο ΟΗΕ έχει θέσει ως στόχο «μέχρι το 2030, να αναπτύξει και να εφαρμόσει κατάλληλες πολιτικές για την προώθηση του βιώσιμου τουρισμού, που δημιουργεί θέσεις εργασίας και προωθεί τον τοπικό πολιτισμό και τα τοπικά προϊόντα».

3.Στόχος 12: Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή

Ο τουριστικός τομέας, με την υιοθέτηση πρακτικών βιώσιμης κατανάλωσης και παραγωγής, διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην επιτάχυνση της παγκόσμιας στροφής προς βιώσιμες πολιτικές. Ωστόσο, για να επιτευχθεί αυτό, είναι επιτακτική ανάγκη να αναπτυχθούν και να

εφαρμοστούν κατάλληλα εργαλεία για την παρακολούθηση του αντίκτυπου της βιώσιμης ανάπτυξης του τουριστικού τομέα, ο οποίος με τη σειρά του δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας ενώ προάγει τον τοπικό πολιτισμό και τα εγχώρια προϊόντα.

4.Στόχος 14: Θαλάσσια ζωή

Ο παράκτιος και θαλάσσιος τουρισμός, δηλαδή οι σημαντικότερες μορφές τουρισμού για την Ελλάδα, απαιτούν την ύπαρξη και διατήρηση υγιών θαλάσσιων οικοσυστημάτων. Ο τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της Ολοκληρωμένης Διαχείρισης Παράκτιας Ζώνης, προκειμένου να συμβάλει, με τη σειρά του, τόσο στη διατήρηση όσο και στη σωστή διαχείριση των συνήθως εύθραυστων θαλάσσιων οικοσυστημάτων. Ο τουριστικός τομέας μπορεί να προωθήσει τη γαλάζια οικονομία, σύμφωνα με τις Αρχές των Ηνωμένων Εθνών για το 2030, που στοχεύουν στην «αιμόφορο χρήση των θαλάσσιων πόρων, συμπεριλαμβανομένης της αιμόφορου διαχείρισης της αλιείας, της υδατοκαλλιέργειας και του τουρισμού».

5.Κανόνες και υφιστάμενος νόμος για την ένταξη των εργαζομένων στην Ελλάδα

Σύμφωνα με το άρθρο 2 του Ν. 2643/1998, εταιρείες ή συμμετοχές, ελληνικές ή αλλοδαπές, που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα με οποιαδήποτε μορφή, καθώς και οι θυγατρικές τους, εφόσον απασχολούν περισσότερα από πενήντα (50) άτομα, υποχρεούνται να προσλαμβάνουν «προστατευόμενα» πρόσωπα. του ν. 2643/1998, σε ποσοστό οκτώ τοις εκατό (8%) επί του συνόλου του προσωπικού της εταιρείας.

Η εταιρεία ή η εκμετάλλευση υποχρεούται να προσλάβει τα πρόσωπα που πληρούν τις προϋποθέσεις υπαγωγής στον παρόντα νόμο.

Από την υποχρέωση αυτή εξαιρούνται εταιρείες ή συμμετοχές που

εμφανίζουν στους ισολογισμούς τους αρνητικό αποτέλεσμα (ζημία) στα δύο (2) αμέσως προηγούμενα έτη του έτους αναγγελίας.

Ανάλογη υποχρέωση προβλέπεται και για τους φορείς του δημόσιου τομέα, με το ποσοστό των «προστατευόμενων προσώπων» σε δέκα τοις εκατό (10%).

Όπως προβλέπεται στο άρθρο 5, η τοποθέτηση «προστατευόμενων» προσώπων γίνεται από την Επιτροπή σύμφωνα με το άρθρο 9 του Ν. 2643/1998 και είναι υποχρεωτική για τον εργοδότη.

Η τοποθέτηση αυτή γίνεται σύμφωνα με τα προσόντα του «προστατευόμενου προσώπου» και τη σύνθεση του προσωπικού που απασχολείται στην εταιρεία ή στον φορέα του δημόσιου τομέα.

Οι προσληφθέντες εξομοιώνονται πλήρως, ανάλογα με τα προσόντα τους, με το υπόλοιπο προσωπικό, ως προς τις συνθήκες εργασίας, τις αποδοχές, τις προαγωγές και τις γενικές συνθήκες εργασίας, με την επιφύλαξη των ειδικών διατάξεων του άρθρου 11 του Ν. 2643/1998 για τη λήξη της θητείας τους. εργασιακή σχέση.

Η άρνηση του εργοδότη να προσλάβει τον τοποθετημένο εργαζόμενο - ιδίως όταν απορρίπτει την πραγματική και σωστή προσφορά των υπηρεσιών του εργαζόμενου - συνεπάγεται ληξιπρόθεσμες οφειλές του, με υποχρέωση καταβολής των αποδοχών του εργαζομένου για το χρόνο που δεν απασχολείται. Οι αποφάσεις της Επιτροπής μπορούν να προσβληθούν στη Δευτεροβάθμια Επιτροπή για την τοποθέτηση, απόσυρση ή διάθεση προστατευόμενων προσώπων. Δικαίωμα προσφυγής έχουν οι υπόχρεοι εργοδότες, τα προστατευόμενα πρόσωπα και κάθε τρίτος που έχει έννομο συμφέρον (άρθρο 9).

6. Φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά στην τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα, η υιοθέτηση πράσινων πρακτικών στις δραστηριότητές

τους από τους επιχειρηματίες του τουριστικού κλάδου, καθώς και η προώθηση των τοπικών προϊόντων, αν και έχουν υψηλό κόστος και αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα, αποτελούν ταυτόχρονα στόχους, τουλάχιστον οι περισσότεροι από αυτούς. Ωστόσο, όλες οι εταιρείες και τα στελέχη τους είναι πεπεισμένοι ότι η προστασία του περιβάλλοντος θα καθορίσει τη βιωσιμότητα και τη μακροζωία σε αυτόν τον επιχειρηματικό τομέα. Οι περισσότεροι επιχειρηματίες επισήμαναν την ανάγκη προστασίας του περιβάλλοντος και θεωρούν επίσης ότι ο τουρισμός δεν είναι επιβλαβής για τον προορισμό εάν υπάρχει ευαισθητοποίηση τόσο των επιχειρήσεων όσο και των επισκεπτών. Όλοι συμφωνούν ότι η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί μέλημα όλων των εμπλεκόμενων φορέων, είτε πρόκειται για επιχειρήσεις είτε για τουρίστες καθώς και για το κράτος. Για την προώθηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας στον ξενοδοχειακό κλάδο ενδέχεται επομένως να απαιτηθούν περισσότερες συνεργασίες δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, πρωτοβουλίες και ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών μεταξύ των ξενοδοχειακών εταιρειών. Η έμφαση της κυβέρνησης στην Εκτίμηση Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων για την προτεινόμενη ξενοδοχειακή ανάπτυξη και η νέα Στρατηγική Ανάπτυξης Ξενοδοχείων που συνιστά στους ξενοδόχους να τηρούν αυστηρά τις Κατευθυντήριες γραμμές για την πρόληψη της ρύπανσης μπορεί να συνέβαλαν στην αυξημένη ανησυχία των ξενοδόχων για το περιβάλλον. Η παρούσα έρευνα έχει δείξει υψηλά επίπεδα συμφωνίας με δηλώσεις όπως «Η κυβέρνηση και οι ξενοδόχοι πρέπει να ενθαρρύνουν μια πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση στη διαχείριση της ποιότητας του περιβάλλοντος» και «Η κυβέρνηση και οι ξενοδόχοι πρέπει να ενισχύσουν περαιτέρω τις προσπάθειες για τη διατήρηση του περιβάλλοντος».

Πιστεύουν στην αναγκαιότητα μιας τουριστικής περιβαλλοντικής πολιτικής καθώς το περιβάλλον επηρεάζει καθοριστικά τη βιωσιμότητα των τουριστικών προορισμών και επιχειρήσεων. Δεν αρνήθηκαν ότι η βραχυπρόθεσμη επιδίωξη κέρδους βλάπτει μερικές φορές την προστασία του περιβάλλοντος. Ωστόσο, η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί προϋπόθεση για τη μακροπρόθεσμη επιβίωση των επιχειρήσεων, η οποία συμβάλλει στην αύξηση της ικανοποίησης των τουριστών και έτσι διασφαλίζει την ευημερία των επιχειρήσεων.

7. Παιχνιδοποίηση στα σχολεία

Στην Ελλάδα υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον των καθηγητών για την παιχνιδοποίηση, διότι αν χρησιμοποιηθεί σωστά θα έχει θετικά αποτελέσματα για τους μαθητές. Ειδικά οι νεότεροι δάσκαλοι είναι πιο πρόθυμοι να αλλάξουν και να προσαρμόσουν τις διαδικασίες που ακολουθούν στη διδασκαλία και να προσθέσουν τεχνικές παιχνιδιού για να έχουν καλύτερα αποτελέσματα. Επιπλέον, είναι πιο εξοικειωμένοι με την τεχνολογία και τις εξελίξεις της και είναι πιο φυσικό να τη χρησιμοποιούν στην τάξη.

Ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα που φαίνεται να αντιμετωπίζουν οι εκπαιδευτικοί σχετικά με τη χρήση τεχνικών παιχνιδιού είναι ότι δεν υπάρχει κατάλληλο πλαίσιο από το Υπουργείο Παιδείας. Το Υπουργείο Παιδείας δεν ασχολείται καθόλου με αυτό το θέμα και υπάρχουν μόνο λίγες αναφορές σε τέτοιες τεχνικές στις οδηγίες που δίνονται στους εκπαιδευτικούς. Συνεπώς, δεν υπάρχουν επαρκείς πόροι και μέσα για να μπορέσουμε να χρησιμοποιήσουμε την παιχνιδοποίηση στην εκπαίδευση.

Ο δάσκαλος μπορεί να οργανώσει μέρος του μαθήματος, αλλά υποχρεούται και να ακολουθεί τις οδηγίες που ορίζει το υπουργείο. Μπορεί να χρησιμοποιήσει κάποιες τεχνικές, αλλά δεν μπορεί να κάνει κινήσεις που θα τον φέρουν κόντρα στις οδηγίες του υπουργείου. Επιπλέον, πολλά από τα μέσα δεν είναι δωρεάν και φυσικά δεν είναι ευθύνη κάθε εκπαιδευτικού να χρεώσει τις συνδρομές που χρειάζονται για να χρησιμοποιηθούν.

Αυτή η φροντίδα ανήκει στα έξοδα για την εκπαίδευση. Αυτό που μπορούμε με ασφάλεια να συμπεράνουμε είναι ότι το μορφωτικό επίπεδο των Ελλήνων καθηγητών είναι αρκετά υψηλό και οι περισσότεροι έχουν γνώσεις πάνω στην παιχνιδοποίηση. Οι περισσότεροι έχουν χρησιμοποιήσει και εξακολουθούν να χρησιμοποιούν τεχνικές παιχνιδιού και πιστεύουν ότι μπορούν να έχουν θετικά αποτελέσματα στους μαθητές. Οι περιορισμοί στη χρήση του προέρχονται περισσότερο από την έλλειψη

κατάλληλων υποδομών.

Πηγές

- TOURISMOS: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM, Volume 14, Number 1, pp. 212-235
- OECD Territorial Reviews Regional Policy for Greece Post-2020, October 2020
- Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities, United Nations, World Tourism Organization, September 2020
- The Future of Work and Skills Development in Tourism United Nations World, Tourism Organization, 2019
- UNWTO World Tourism Barometer, Volume 18 Issue 5, August/September 2020
- UNWTO World Tourism Barometer, Volume 18 Issue 5, October 2020
- Greece2020 Annual Research: Key Highlights, World Travel Tourism Council, March 2020
- Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, October 2018
- Evaluating socio-economic programmes. Principal evaluation techniques and tools, MEANS-collection, Vol. 3., European Communities, Luxembourg, European Commission, 1999
- Environmental management of a tourist destination - A factor of tourism competitiveness, Tanja Mihalic, Tourism Management 21 (2000) 65 – 78

- Current Trends and Prospects of Tourism Education and Training in Greece, Polyxeni
- Moira, Dimitrios Mylonopoulos, Stavroula Kefala, Rivista Piccola Impresa/Small Business - n. 1, anno 2019
- International tourism and climate change, Daniel Scott, Stefan Gossling and C. Michael Hall, WIREs Clim Change 2012
- Management Models of Tourism Industry: The Case of Greece, Georgia Papadopoulou, Open Science Journal – April 2020

Αυτή η εργασία στοχεύει να παράσχει κατευθυντήριες γραμμές για το πώς να κάνετε μια ανασκόπηση της επιστημονικής έρευνας και των υφιστάμενων πολιτικών. Με βάση την ανάλυση της ανασκόπησης άρθρων, οι κατευθυντήριες γραμμές συνέθεσαν τη θεωρητική έρευνα για το πώς εμφανίστηκε και αναπτύχθηκε η έννοια του αειφόρου τουρισμού και οι έννοιές του στη Ρουμανία, στο σύστημα φιλοξενίας, τους κανόνες και την υπάρχουσα νομοθεσία για την ένταξη των εργαζομένων με αναπηρία, την φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά στη Ρουμανία. η τουριστική βιομηχανία, ο οικοτουρισμός και τι πρέπει να κάνουν τα Τουριστικά Σχολεία και τα Λύκεια για να προετοιμάσουν καλά καταρτισμένους μαθητές για αυτήν την αγορά εργασίας.

Τα ευρήματα βασίζονται σε διαφορετικούς τρόπους έρευνας που επικεντρώνονται σε μελέτες που διεξάγονται κυρίως στον κλάδο της φιλοξενίας (συνεντεύξεις, περιπτώσεις μελετών, συναντήσεις πρόσωπο με πρόσωπο με εργαζόμενους και εργοδότες του Τουρισμού).

1. Το παρόν πλαίσιο του Ρουμάνικου τουρισμού

«Σε αντίθεση με άλλες χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, η Ρουμανία έχει πλούσιους και ποικίλους φυσικούς τουριστικούς πόρους, γεγονός που της δίνει μεγαλύτερη διαθεσιμότητα για τουρισμό. Αυτό το πολύτιμο τουριστικό δυναμικό αντικατοπτρίζεται στις θεαματικές ομορφιές και τα γραφικά τοπία, που συνδυάζονται αρμονικά και σε πολλές παραδόσεις που διατηρούνται ακόμη αναλλοίωτες. Ωστόσο, το φυσικό και το ανθρώπινο τουριστικό δυναμικό μεγάλης αξίας και ποικιλίας, συγκεντρωμένο σε μια σχετικά μικρή περιοχή, έχει αποτύχει μέχρι στιγμής να καταστήσει την τουριστική βιομηχανία σημαντική πηγή οικονομικής ανάπτυξης και συνολικής ανάπτυξης. Όσον αφορά το διεθνές τουριστικό ενδιαφέρον, η Ρουμανία αναγνωρίζεται ως πλούσια σε φυσικούς πόρους, αλλά κακές υπηρεσίες και υποδομές, γεγονός που μας βάζει στη δεύτερη

θέση σε σύγκριση με τους Ούγγρους γείτονές μας, που αν και δεν έχουν τους πόρους μας, υπερβαίνουν σε αριθμό ξένων τουριστών ετησίως».

Ο αειφόρος τουρισμός έγινε ένα σημαντικό θέμα αφού ο αριθμός των τουριστών αυξήθηκε και οι ενέργειές τους άρχισαν να επηρεάζουν τα μέρη που επισκέπτονται. Ένας μεγάλος αριθμός ταξιδιωτών σε ένα μέρος επηρεάζει τη ζωή όσων ζουν εκεί και ολόκληρο το περιβάλλον. Παρόλο που ο τουρισμός είναι ένας σημαντικός τρόπος για την ενίσχυση της οικονομίας μιας περιοχής, η κακή διαχείριση μπορεί να δημιουργήσει ανισορροπίες.

2.Αειφόρος τουρισμός: νόημα

Ο αειφόρος τουρισμός δημιουργεί μια ισορροπία μεταξύ των περιβαλλοντικών, οικονομικών και κοινωνικο-πολιτιστικών πτυχών της τουριστικής ανάπτυξης. Σέβεται και στηρίζει τις τοπικές κοινωνίες, φροντίζει το περιβάλλον και τη φύση, προσφέροντας στους ταξιδιώτες μια εμπειρία και όχι μια απλή επίσκεψη. Είναι ο μόνος τρόπος να διασφαλίσουμε ότι απολαμβάνουμε τα όμορφα μέρη σε αυτόν τον κόσμο και επίσης να αφήσουμε τα παιδιά μας να τα απολαύσουν.

Ο αειφόρος τουρισμός στη Ρουμανία δεν ήταν στο επίκεντρο μέχρι πρόσφατα, αλλά κάθε χρόνο γίνεται πιο γνωστός σε όλο τον κόσμο και ορισμένα μέρη άρχισαν να είναι πολύ απασχολημένα (κάστρο Μπραν ή ο δρόμος Transfagarasan για παράδειγμα).

3.Βασικές κατευθύνσεις για την υποστήριξη του αειφόρου τουρισμού στη Ρουμανία

1. Εστιάζοντας στις εμπειρίες - το πρώτο βήμα στον αειφόρο τουρισμό είναι η κατανόηση του τόπου που επισκέπτεστε.
2. Όταν επισκέπτεστε ένα αξιοθέατο, δεν είναι μόνο αυτό που

βλέπετε. Ιστορίες για αυτό το αξιοθέατο, λεπτομέρειες για ανθρώπους που έζησαν εκεί και ενδιαφέροντα, μυστικά στοιχεία γι' αυτό κάνουν από μια απλή επίσκεψη μια αληθινή εμπειρία.

3. Οι ταξιδιώτες μας απολαμβάνουν όχι μόνο τα κύρια αξιοθέατα της Ρουμανίας, αλλά και βίωσαν την τοπική ζωή, το παραδοσιακό φαγητό, προκειμένου να κατανοήσουν καλύτερα τη Ρουμανία. Διακοπές με εμπειρίες είναι διακοπές γεμάτες αναμνήσεις
4. Συνεργασία με τοπικούς προμηθευτές (διαμονή, μεταφορά και εστιατόρια, αλληλεπίδραση με ντόπιους, δοκιμάζοντας σπιτικό φαγητό, ψωμί, κρασί)
5. Μια σημαντική αλλαγή που έκανε η Ρουμανία το 2018.
6. Ασφάλεια ταξιδιωτών, ανάλογα με τον καιρό, τις τοπικές εκδηλώσεις.
7. Σεβασμός στις τοπικές παραδόσεις και το περιβάλλον
8. Ο κόσμος ενδιαφέρεται όλο και περισσότερο για το τι σημαίνει τοπικό, αυθεντικό, παρά το γεγονός της παγκοσμιοποίησης, τον κίνδυνο να χάσει το αυθεντικό στοιχείο, να καταστρέψει την ιδιαιτερότητα των τόπων. Η μεγαλύτερη πρόκληση είναι να συμφιλιωθεί η περιέργεια των ταξιδιωτών με την ανάγκη των ντόπιων για προσωπικό χώρο.
9. Προετοιμασία επαγγελματικού προσωπικού στον τομέα του τουρισμού (πελατοκεντρική, δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων, σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα ποιότητας, νέες μέθοδοι διδασκαλίας και μάθησης σε σχολεία και γυμνάσια Τουρισμού)
10. Ένταξη των ατόμων με αναπηρία, τόσο των τουριστών όσο και των εργαζομένων σε αυτόν τον κλάδο

Ως αποτέλεσμα του ερωτηματολογίου που εφαρμόστηκε στο τουριστικό προσωπικό, μπάρμαν, διευθυντή ξενοδοχείου, σερβιτόρο,

διευθυντή εστιατορίου, μάγειρα, βρέθηκαν τα ακόλουθα:

- Οικοτουρισμός, αειφόρος ανάπτυξη, πράσινα τρόφιμα και ανακύκλωση:
- Στη Ρουμανία υπάρχουν νόμοι που προβλέπουν τον σεβασμό αυτών των πτυχών και στους εργοδότες μπορούν να επιβληθούν κυρώσεις εάν δεν τις σέβονται.
- Σωστές και σαφείς πληροφορίες, οδηγίες, επίβλεψη και εκπαίδευση για όλους τους εργαζόμενους.
- Το προσωπικό ενημερώνεται, αλλά μόνο θεωρητικά, απλή πληροφόρηση στις συναντήσεις εργασίας με την υπογραφή πρακτικών παρουσίας.
- Δεν υπάρχουν πρακτικά μαθήματα, δεν υπάρχουν συγκεκριμένες ενέργειες προσανατολισμένες στο τι πρέπει να γίνει για παρατηρήσιμα και μετρήσιμα αποτελέσματα.
- Γενικά, μόνο τα διευθυντικά στελέχη ή τα ανώτερα στελέχη επωφελοούνται από αυτά τα μαθήματα, η επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων και της διοίκησης δεν είναι διαφανής ή δεν υπάρχει καθόλου.
- Υπάρχει μια ομάδα έκτακτης ανάγκης έτοιμη να ενεργήσει για τις προγραμματισμένες περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης (π.χ. πυρκαγιά, πλημμύρα, σεισμός, περιβαλλοντική ρύπανση).
- Εκτελούν προληπτικά μέτρα υγείας προκειμένου να διασφαλίσουν τη μέγιστη ασφάλεια και ασφάλεια.
- Αναβαθμίζουν και βελτιώνουν τις μεθόδους λειτουργίας μας για την εξάλειψη πιθανών ατυχημάτων και τραυματισμών.

4.Απασχόληση ατόμων με αναπηρία

Το άρθρο 74 του νόμου αριθ. 448/2006 προβλέπει ότι τα άτομα με αναπηρία έχουν το δικαίωμα να διαθέτουν τις απαραίτητες προϋποθέσεις για να ασκήσουν το επάγγελμά τους ή την απασχόληση τους, να διατηρήσουν μια θέση εργασίας και ίσες ευκαιρίες για επαγγελματική ανέλιξη. Η απασχόληση βασίζεται στην επαγγελματική κατάρτιση κάθε ατόμου και το αποδεικτικό αναπηρίας καθορίζεται από τις επιτροπές αξιολόγησης σε επίπεδο κάθε νομού ή σε επίπεδο ενός από τους τομείς του Βουκουρεστίου.

5.Νομοθετικό πλαίσιο

Η εργασία των ατόμων με αναπηρία που ρυθμίζεται από τον Νόμο αριθ. 76/2002 και τον Νόμο αρ. 448/2006, ενημερώθηκε το 2019. Σύμφωνα με αυτούς τους νόμους, έχετε δικαίωμα εργασίας, ανάλογα με την επαγγελματική σας κατάρτιση και το βαθμό αναπηρίας και ο εργοδότης πρέπει να σας σεβαστεί τον ίδιο με τους υπόλοιπους εργαζόμενους. Επίσης, ο επικαιροποιημένος 448/2006 αναφέρει επίσης ότι οι διευκολύνσεις και τα δικαιώματα ωφελούν νέους και ενήλικες με αναπηρία, Ρουμάνους πολίτες, κράτη μέλη της ΕΕ ή μη μέλη της ΕΕ κατά την περίοδο που έχουν, σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, κατοικία ή διαμονή στην Ρουμανία. Για την απασχόληση, η επαγγελματική ικανότητα ελέγχεται με τεστ μισθωτής απασχόλησης, η οποία διαρκεί τουλάχιστον 45 εργάσιμες ημέρες, σύμφωνα με το άρθ. 84 του Ν. 448/2006 που ενημερώθηκε το 2019.

6.Ιδρύματα που υποχρεούνται για απασχόληση ατόμων με αναπηρία

Γενικά, οι δημόσιες αρχές και ιδρύματα, νομικά, δημόσια ή ιδιωτικά πρόσωπα με τουλάχιστον 50 υπαλλήλους υποχρεούνται από το νόμο να απασχολούν αριθμό ατόμων με αναπηρία ίσο με τουλάχιστον 4% του

συνολικού αριθμού των εργαζομένων.

Υποχρεώσεις του εργοδότη - Οι εταιρείες ή τα ιδρύματα που δεν απασχολούν άτομα με αναπηρία μπορούν να επιλέξουν μία από τις ακόλουθες εναλλακτικές λύσεις:

- Η μηνιαία καταβολή στον κρατικό προϋπολογισμό ποσού που αντιστοιχεί στο 50% του κατώτατου ακαθάριστου μισθού σε επίπεδο χώρας πολλαπλασιαζόμενο επί τον αριθμό των θέσεων εργασίας που δεν απασχολούνται από άτομα με αναπηρία.
- Η αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών από εξουσιοδοτημένες προστατευόμενες μονάδες σε ποσό ίσο με το οφειλόμενο στον κρατικό προϋπολογισμό.

Αλλά στην πραγματικότητα, λιγότεροι άνθρωποι γνωρίζουν πραγματικά τα δικαιώματά τους και τον τρόπο εφαρμογής τους. Ο νόμος υπάρχει, αλλά εξακολουθούν να αποφεύγονται τα άτομα με αναπηρία, για να μην δημιουργούνται επιπλοκές.

7. Παιχνιδοποίηση σε Τουριστικά Σχολεία

Η μάθηση μέσω του παιχνιδιού ρόλων, η μάθηση με γνώμονα τον πελάτη και η επίλυση προβλημάτων για τους εργαζόμενους στον τουρισμό είναι επίσης μια πτυχή που στοχεύει το έργο μας.

Μετά από συνεντεύξεις με δασκάλους, εκπαιδευτές, διευθυντές ξενοδοχείων σχετικά με το προσωπικό της τουριστικής βιομηχανίας και μελλοντικούς υπαλλήλους, σημερινούς φοιτητές, δήλωσαν τα εξής:

- Οι απόφοιτοι τουριστικών σχολών πρέπει να αναπτύξουν επικοινωνιακές δεξιότητες και να λύσουν συγκεκριμένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν σε καθημερινή βάση.
- Είναι καλά προετοιμασμένοι σε πιο θεωρητικό επίπεδο, αλλά

είναι πολύ δύσκολο για αυτούς να λάβουν μια απόφαση ή να ενεργήσουν σύμφωνα με τα αιτήματα του πελάτη. Υπάρχει ανάγκη εκπαίδευσης σύμφωνα με τα προβλήματα της καθημερινής ζωής, προσανατολισμού προς τον πελάτη και επίλυσης προβλημάτων ως βάση για την εκπαίδευση του μελλοντικού τουριστικού εργαζομένου.

- Το 80% των μαθητών του Τουριστικού Λυκείου Καλιμανεστίου κάνουν την πρακτική τους άσκηση στα ξενοδοχεία και τους ξενώνες του θέρετρου, το καλοκαίρι οι άνω των 16 ετών απασχολούνται για 6 ώρες.
- Η μάθηση μέσα από παιχνίδια, παιχνίδια ρόλων, προσομοίωση, επίλυση προβλημάτων είναι απαραίτητη στα τουριστικά σχολεία. Επιπλέον, επικοινωνία σε ξένες γλώσσες διεθνούς χρήσης.

Αυτοί είναι οι κύριοι λόγοι για έναν νέο προσαρμοσμένο οδηγό στον Τουρισμό και τις Σχολές Τουρισμού. Είναι ένας συνεχώς αναπτυσσόμενος, ανταγωνιστικός οικονομικός τομέας, οι δάσκαλοι και οι εκπαιδευτές πρέπει να ενημερώνονται για τις πιο πρόσφατες τεχνικές εκπαίδευσης μελλοντικών εργαζομένων, να χρησιμοποιούν διαδικτυακές πλατφόρμες μάθησης, να προβλέπουν τις απαιτήσεις και να προσφέρουν βιώσιμες λύσεις.

1. Εισαγωγή

Ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς στον κόσμο και η βιωσιμότητά του εξαρτάται κυρίως από την ανάπτυξη και προστασία των τουριστικών πόρων. Σήμερα, ο τουριστικός τομέας έχει αποκτήσει μεγαλύτερη περιβαλλοντική συνείδηση ως αποτέλεσμα της αυξανόμενης περιβαλλοντικής συνείδησης και των προσπάθειών για την προστασία του περιβάλλοντος. Επιπλέον, τα περιβαλλοντικά προβλήματα έχουν ευαισθητοποιήσει τους τουρίστες. Για την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα του τουρισμού, οι ενδιαφερόμενοι πρέπει να εξετάσουν αυτή την αλλαγή. Λόγω των καταστροφικών επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού, έχουν εμφανιστεί νέοι τύποι τουρισμού. Αυτά τα νέα είδη τουρισμού ονομάζονται εναλλακτικός τουρισμός συμπεριλαμβανομένου του οικοτουρισμού, του φυσικού τουρισμού. Ο οικοτουρισμός είναι ένας σχετικά νέος όρος. Μετά τον καθορισμό των «κριτηρίων για μια βιώσιμη γη και περιβάλλον» της Συνόδου Κορυφής για τη Γη του Ρίο που πραγματοποιήθηκε το 1992, τα κριτήρια αυτά εφαρμόστηκαν στην τουριστική βιομηχανία. Ενώ το να επωφεληθείτε από τους πόρους χωρίς να καταστρέψετε τον τοπικό πολιτισμό είναι το κύριο σημείο αυτής της κατανόησης. Ο όρος Οικοτουρισμός έγινε γνωστός και ένας κοινός ορισμός έγινε αποδεκτός κατά τη διάρκεια της «Παγκόσμιας Συνόδου Οικοτουρισμού» που πραγματοποιήθηκε στην πόλη του Κεμπέκ του Καναδά, τον Μάιο του 2002, με τη συμμετοχή 1.100 αντιπροσώπων από 133 χώρες. Οικοτουρισμός είναι: «Μια προσέγγιση ή στάση που διασφαλίζει τη βιωσιμότητα των φυσικών πηγών της γης, ενώ υποστηρίζει την οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων και επιβλέπει την πολιτιστική και κοινωνική τους ακεραιότητα». Οι αρχές που έγιναν αποδεκτές από τις χώρες είναι οι εξής:

- Ανάπτυξη πολιτικών και σχεδιασμού οικοτουρισμού.

- Ανάπτυξη αρχών για τον οικοτουρισμό.
- Ανάπτυξη, εμπορία και προώθηση οικοτουριστικών προϊόντων.
- Τα υπέρ και τα κατά (οικονομικά και συναισθηματικά) του οικοτουρισμού.

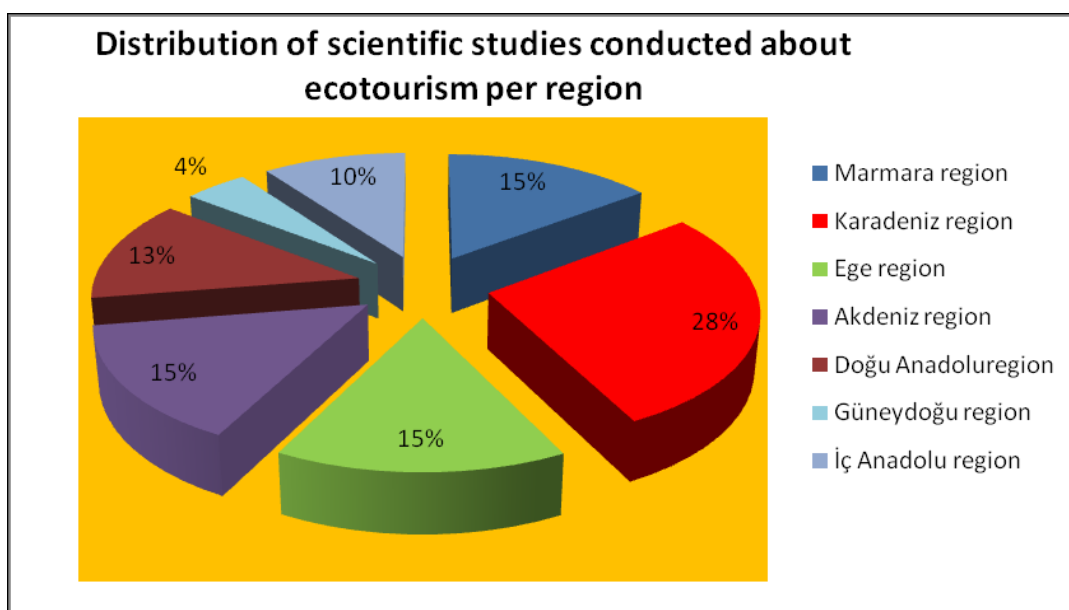
Ο οικοτουρισμός και ο βιώσιμος τουρισμός στην Τουρκία τέθηκαν για πρώτη φορά στην ημερήσια διάταξη με το 8ο Πενταετές Σχέδιο Ανάπτυξης (2001-2005). Τα φυσικά πλεονεκτήματα της Τουρκίας είναι τα κύρια τουριστικά αξιοθέατα της χώρας. Έτσι, μπορούμε να πούμε ότι η φύση και το φυσικό περιβάλλον είναι τα κύρια αξιοθέατα που επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά σχέδια των ανθρώπων και αυτά είναι επίσης τα αναντικατάστατα πλεονεκτήματα της τουριστικής βιομηχανίας (Usta, 2001). Η Τουρκία έχει πλούσιο και ποικίλο τουριστικό δυναμικό με τους φυσικούς και πολιτιστικούς της πόρους. Η Τουρκία μπορεί να φιλοξενήσει διαφορετικούς τύπους τουριστών χάρη στην ιστορική και πολιτιστική της ποικιλομορφία, τα διαφορετικά κλιματικά χαρακτηριστικά και τη δυνατότητα πραγματοποίησης διαφόρων τύπων τουρισμού (Arslan, 2003; Arslan, 2005; Demir and Çevirgen 2006; Akşit 2007).

Ο κύριος στόχος αυτής της μελέτης είναι να εξετάσει τις επιστημονικές μελέτες για τον οικοτουρισμό στην Τουρκία ανά έτος και περιοχή. Επίσης, η επιστημονική ευαισθητοποίηση στην Τουρκία επιχειρείται να παρουσιασθεί.

2.Επιστημονικές Μελέτες Οικοτουρισμού ανά Περιφέρεια

Η Τουρκία έχει πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, χλωρίδα και πανίδα, γεωλογικούς σχηματισμούς, ποτάμια και λίμνες. Για το λόγο αυτό, μεγάλος αριθμός μελετών διεξήχθη σε γεωγραφικές περιοχές της Τουρκίας. Το Σχήμα 1 δείχνει την κατανομή των επιστημονικών μελετών

που πραγματοποιήθηκαν για τον οικοτουρισμό μεταξύ 1991 και 2017 ανά περιοχή.

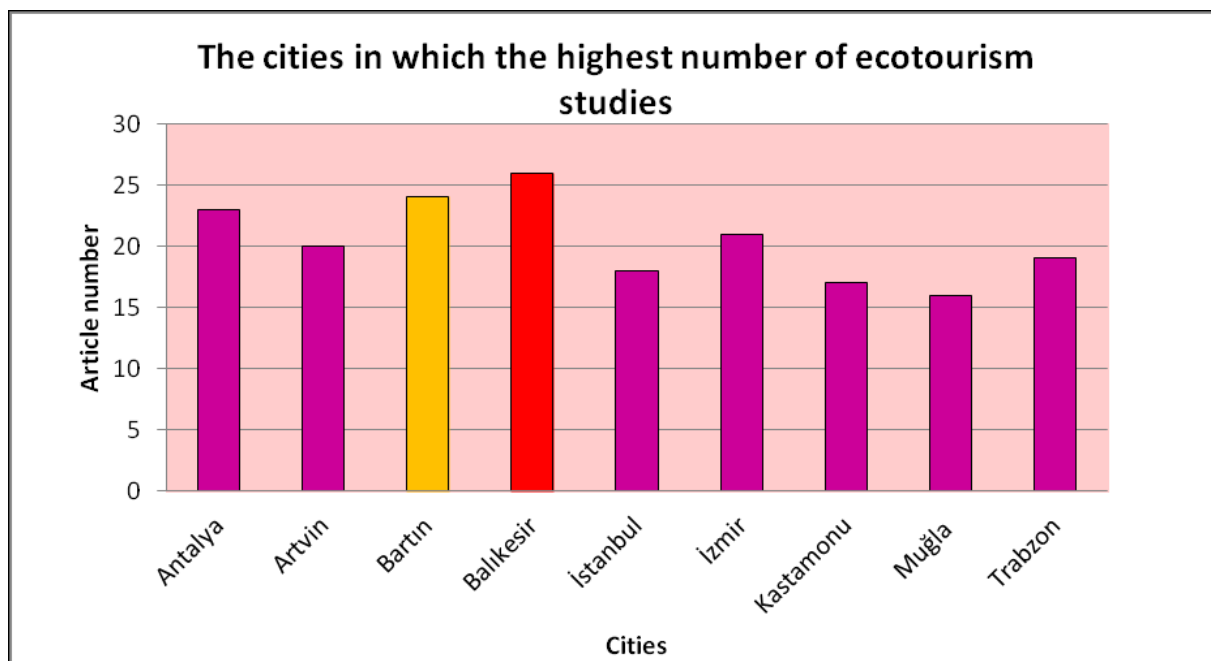


Σχήμα 1. Κατανομή Επιστημονικών Μελετών που Διενεργήθηκαν για Οικοτουρισμό ανά Περιφέρεια (%).

Όπως φαίνεται στο Σχήμα 1. Η περιοχή της Μαύρης Θάλασσας (28%) προηγείται όσον αφορά τις δημοσιευμένες επιστημονικές μελέτες. Το πλούσιο δυναμικό οικοτουρισμού της περιοχής, όπως κοιλάδες, σπηλιές, φαράγγια, ποτάμια, ιστορικοί πόροι, πουλιά και βιοποικιλότητα αυξάνει τον αριθμό των μελετών. Παρόμοια ποσοστά έχουν η Περιφέρεια Μεσογείου (80 επιστημονικά άρθρα), η Περιφέρεια Μαρμαρά (79 επιστημονικά άρθρα) και η Περιφέρεια Αιγαίου (81 επιστημονικά άρθρα) (15%). Η Περιφέρεια Νοτιοανατολικής Ανατολίας (4%) έχει το μικρότερο ποσοστό μετά την Περιφέρεια Ανατολικής Ανατολίας (13%) και την Περιφέρεια Κεντρικής Ανατολίας (10%).

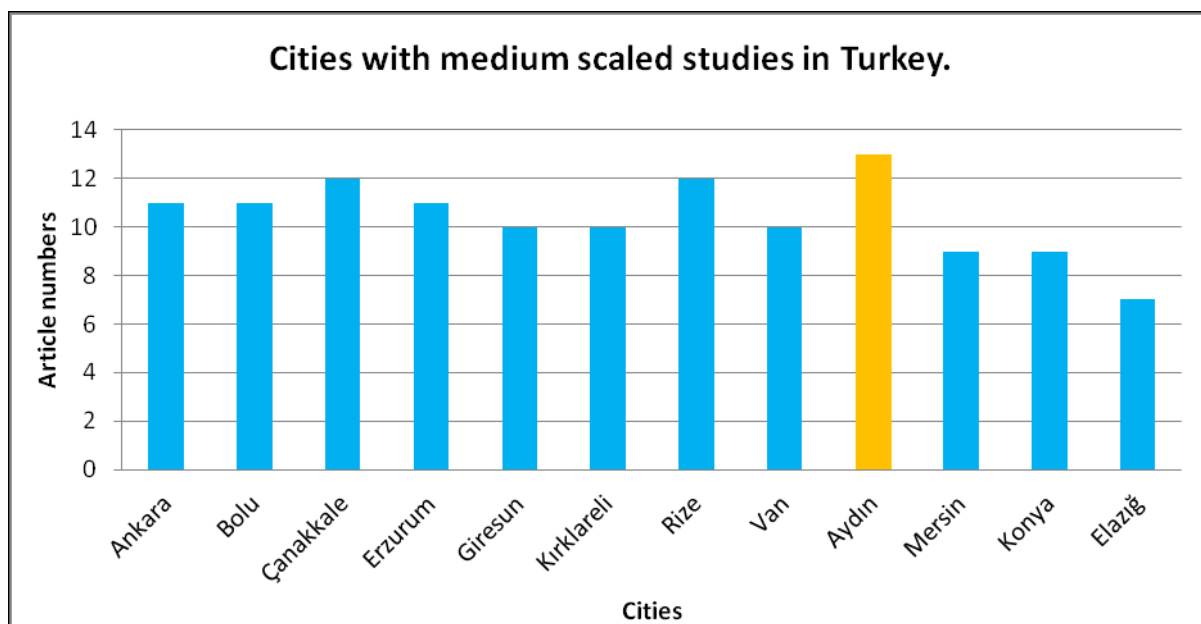
3.Οικοτουριστικές μελέτες που πραγματοποιούνται στην Τουρκία ανά πόλη

Όταν αξιολογήθηκαν οι μελέτες που διεξήχθησαν σε πόλεις μεταξύ 1991 και 2017, διαπιστώθηκε ότι έχει σημειωθεί σημαντική πρόοδος στο Balıkesir (Περιφέρεια Αιγαίου) και στο Bartın (Περιοχή της Μαύρης Θάλασσας) (Βλ. Εικόνα 2).



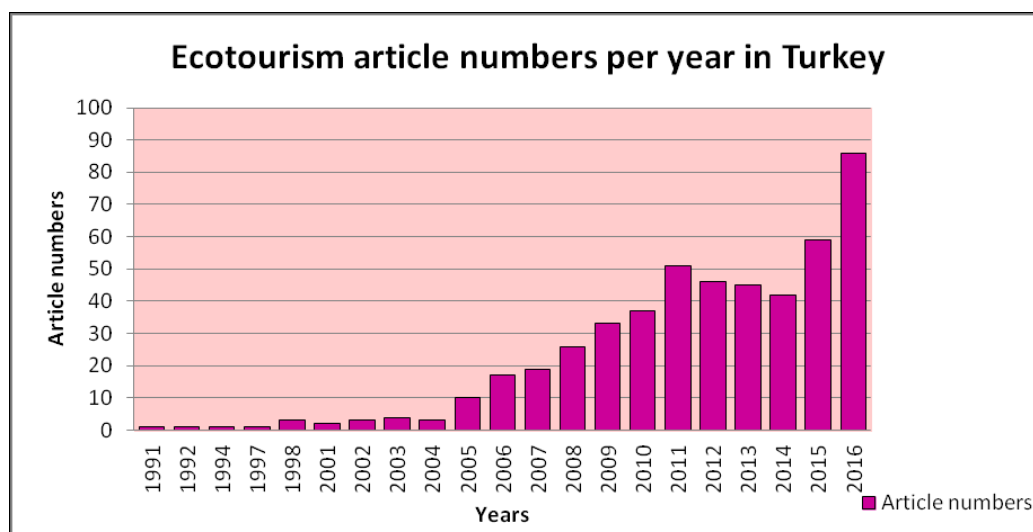
Εικόνα 2. Κατανομή Οικοτουριστικών Μελετών ανά πόλεις

Το Σχήμα 2 δείχνει τις πόλεις με τον μεγαλύτερο αριθμό επιστημονικών μελετών. Η Balıkesir προηγείται με 26 επιστημονικά άρθρα ενώ η Kastamonu ακολουθεί με 17 άρθρα. Ως εκ τούτου, μπορεί να ειπωθεί ότι η επιστημονική ευαισθητοποίηση είναι υψηλή σε αυτές τις δύο πόλεις. Το σχήμα 3 δείχνει μερικές μεσαίας κλίμακας μελέτες οικοτουρισμού ανά πόλεις. Το Aydın με 13 επιστημονικές μελέτες, το Rize με 12 επιστημονικές μελέτες, το Konya με 9 επιστημονικές μελέτες και το Elazığ με 7 επιστημονικές μελέτες συγκαταλέγονται σε αυτές τις πόλεις.



4.Μελέτες ανά Έτος

Ο οικοτουρισμός έχει αποκτήσει σημασία από τη δεκαετία του 1990. Η ευαισθητοποίηση για τον οικοτουρισμό έχει αυξηθεί σταδιακά στην Τουρκία. Η ευαισθητοποίηση για τον οικοτουρισμό έχει αρχίσει να αυξάνεται κατά το 8ο πενταετές σχέδιο ανάπτυξης. Εκτός από τα έτη 2012, 2013 και 2014, ο αριθμός των μελετών έχει αυξηθεί. Ειδικά το 2015 (59 επιστημονικά άρθρα) και το 2016 (86 επιστημονικά άρθρα) ο αριθμός των άρθρων παρουσίασε μεγάλη αύξηση.



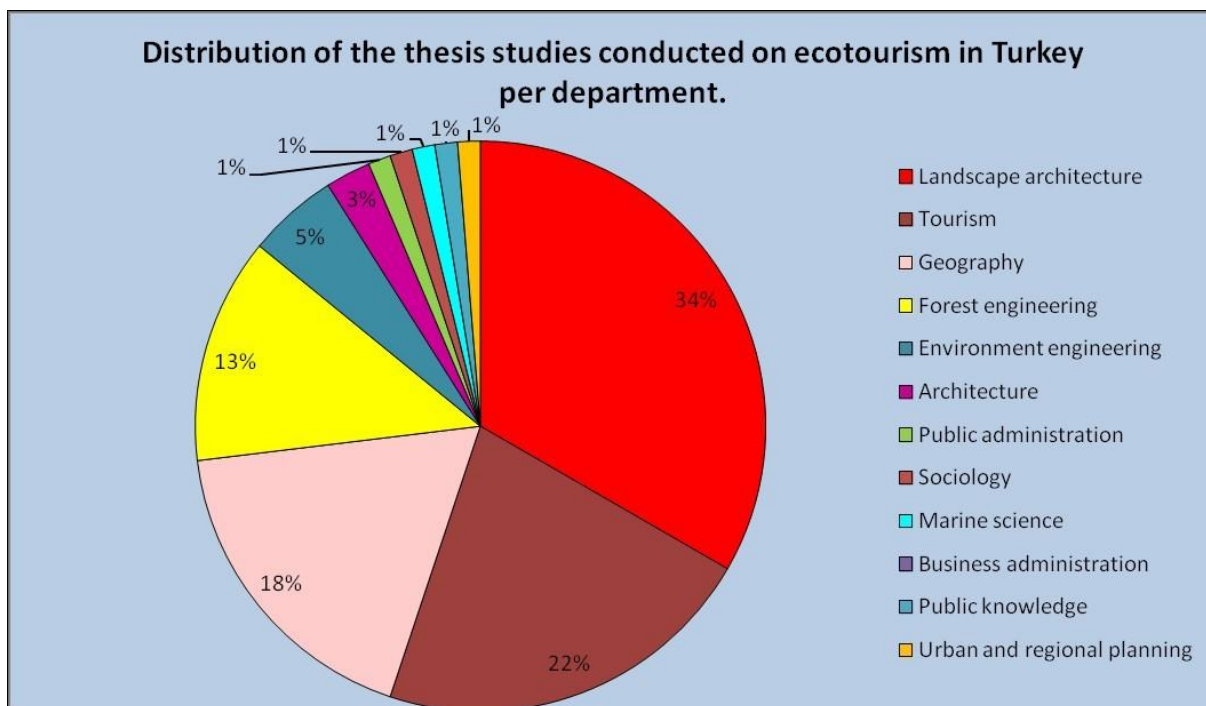
5.Πτυχιακές εργασίες που έχουν καταχωρηθεί από το Συμβούλιο Ανώτατης Εκπαίδευσης (ΥÖΚ)

Αναλύθηκαν δεδομένα που προέκυψαν από την ιστοσελίδα του Συμβουλίου Ανώτατης Εκπαίδευσης και προσδιορίστηκαν διατριβές ανά τμήματα, ανά έτος και ανά είδος διπλωματικών εργασιών.

6.Διανομή των Διπλωματικών Εργασιών κατά Τμήματα Εγγεγραμμένα από το Συμβούλιο

Ανώτατης Εκπαίδευσης (ΥÖΚ)

Όταν εξετάζονται οι μελέτες οικοτουρισμού, φαίνεται ότι οι περισσότερες από τις διπλωματικές εργασίες διεξάγονται στο Τμήμα Αρχιτεκτονικής Τοπίου (33%) και ακολουθούν το Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού (22%) και το Τμήμα Γεωγραφίας (18%). Τα τμήματα με το



μικρότερο ποσοστό (1%) είναι η Δημόσια Διοίκηση, η Κοινωνιολογία, η Θαλάσσια Επιστήμη, η Διοίκηση Επιχειρήσεων, ο Πολεοδομικός και Περιφερειακός Σχεδιασμός (Βλ. Εικόνα 5).

Εικόνα 5. Κατανομή των Διατριβών για τον Οικοτουρισμό ανά Τμήμα

7. Συμπεράσματα

Ο οικοτουρισμός είναι ένα αναπτυσσόμενο φαινόμενο στην Τουρκία. Καθώς οι άνθρωποι ενδιαφέρονται περισσότερο να επισκέπτονται νέα μέρη και επιθυμούν να έχουν νέες εμπειρίες, τα ταξίδια σε φυσικές περιοχές και ο αριθμός των οικοτουριστών έχουν αυξηθεί. Αυτή η μελέτη δείχνει ότι η επιστημονική ευαισθητοποίηση σχετικά με τη βιωσιμότητα, την αειφόρο ανάπτυξη και τον οικοτουρισμό έχει αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία από ότι ο αριθμός των ειδικευμένων μελετών οικοτουρισμού

στην Τουρκία έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια. Περιοχές με υψηλό οικοτουριστικό δυναμικό χαρακτηρίστηκαν ως περιοχές οικοτουρισμού στην Τουριστική Στρατηγική της Τουρκίας 2023 από το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού και έγιναν κάποιες προσπάθειες για τη διατήρηση αυτών των περιοχών και την επίτευξη της βιωσιμότητας του τουρισμού. Γίνονται προσπάθειες να διατηρηθούν οι φυσικές ομορφιές, να αναπτυχθεί η πολιτιστική συνείδηση, να προστατευθούν οι πόροι από πιθανή καταστροφή και να δοθεί μεγαλύτερη σημασία στη φέρουσα ικανότητα στις εύθραυστες περιοχές. Οι ασυνείδητοι τουρίστες και οι απρογραμματίστες δραστηριότητες οικοτουρισμού θα βλάψουν τη βιοποικιλότητα και θα καταστρέψουν τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους. Εκτός από τις μη ελεγχόμενες δραστηριότητες οικοτουρισμού έχουν αρνητικές επιπτώσεις στη φύση, τη φυσική ζωή, τους ντόπιους και την τοπική/εθνική οικονομία. Αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις μπορούν να απαριθμηθούν ως εξής (Erdogan and Yağci, 2011);

- Περιβαλλοντική υποβάθμιση
- Πιθανές αρνητικές κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις
- Νέες ευκαιρίες απασχόλησης για τους ντόπιους που έχουν πολύ μικρή επίδραση στην οικονομική τους ευημερία.
- Οι εποχικές θέσεις εργασίας επηρεάζουν τον παραδοσιακό τρόπο ζωής και τις μεθόδους παραγωγής των κατοίκων της περιοχής. Καταστροφή ή περιθωριοποίηση της τοπικής οικονομίας με έντονες οικοτουριστικές δραστηριότητες και μετατροπή σε εποχιακή οικονομία, καθώς οι ντόπιοι επικεντρώνονται στο να είναι εργάτες, να κατασκευάζουν χειροτεχνίες, να πουλούν τοπικά προϊόντα κλπ.

Όταν αναλύονται οι επιστημονικές μελέτες για τον οικοτουρισμό ανά έτος, φαίνεται ότι ο μεγαλύτερος αριθμός μελετών διεξήχθη το 2016. Επομένως, μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι η επιχορήγηση ακαδημαϊκού κινήτρου που δόθηκε από το Συμβούλιο Ανώτατης Εκπαίδευσης την περίοδο 2015-2016, έκανε σημαντική συμβολή στις

επιστημονικές μελέτες. Οι μελέτες οικοτουρισμού επικεντρώθηκαν ως επί το πλείστον στη βιώσιμη χρήση των πόρων, την υπερβολική χρήση των πόρων, τη μείωση της ποσότητας των απορριμμάτων, τη διατήρηση της βιοποικιλότητας, την υποστήριξη των τοπικών οικονομιών και τοπικών κοινωνιών, την περιβαλλοντική εκπαίδευση, τη συνεργασία μεταξύ των ενδιαφερομένων στον τουρισμό και την αύξηση της ευαισθητοποίησης του κοινού.

Πηγές

- Akşit S. (2007). Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Say 23, Yıl: 2007/2, 441-460.
- Arslan, Y. (2003). Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi, Sosyal Bilimler Dergisi, 33.
- Arslan Y. (2005). Erdek Ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(13): 29-53.
- Demir C., Çevirgen, (2006a). Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı. ISBN: 975-591-845-0, 188 S, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Demir, C., Çevirgen, A. (2006b). Ekoturizm yönetimi., Nobel yayın dağıtım: Ankara.
- Erdoğan, N., Yağcı, Ö., (2011). Sürdürülebilirlik Bağlamında Ekoturizmin Sosyal, Ekonomik Ve Çevresel Etkiler Bakımından Değerlendirilmesi.
- Usta, Ö. (2001). Genel Turizm, İzmir: Anadolu Matbaacılık.



1. Πώς να ενθαρρύνετε τον οικολογικό τουρισμό

Communauté de communes du Sud-Corse

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ενθάρρυνση πρακτικών οικοτουρισμού στον τομέα των ξενοδοχείων και των εστιατορίων δεν είναι εύκολη. Πράγματι, ο ξενοδοχειακός τομέας είναι ένας τομέας που από τη φύση του τείνει να παράγει ρύπανση, τόσο ηχητική όσο και οπτική και περιβαλλοντική.

Τι λύσεις, λοιπόν, είναι διαθέσιμες για να περιορίσουμε τον αντίκτυπο της βιομηχανίας ξενοδοχείων και εστιατορίων στο περιβάλλον;

Ευτυχώς, υπάρχουν όλο και περισσότερες λύσεις και πολλές εταιρείες του κλάδου στρέφονται ήδη σε οικολογικά υπεύθυνες λύσεις για να περιορίσουν τις αρνητικές επιπτώσεις που έχουν στην επικράτειά τους.

Δυστυχώς, ο κλάδος των ξενοδοχείων και εστιατορίων στο σύνολό του είναι ένα στιβαρό σύστημα που λειτουργεί με τον ίδιο τρόπο εδώ και πολλά χρόνια. Μακριά από το Grand Tour, όπου πλούσιοι νέοι επισκέφθηκαν την Ευρώπη, ο ξενοδοχειακός τομέας άνοιξε σταδιακά στον μαζικό τουρισμό, ο οποίος γεννήθηκε στα μεταπολεμικά χρόνια, με την έλευση ειδικότερα των αμειβόμενων διακοπών.

Αν και ο μαζικός τουρισμός έχει πολύ αρνητική εικόνα στην κοινή φαντασία (Βενετία, Βαρκελώνη κ.λπ.), έχει εξασφαλίσει τα προς το ζην σε πολλούς ξενοδόχους εδώ και δεκαετίες. Αυτοί οι ξενοδόχοι έπρεπε έτσι να προσαρμόσουν τις δομές τους στην τουριστική «βιομηχανία».



Μαζικός τουρισμός στην Piazza San Marco, Βενετία

Η επιθυμία να αποκομίσουν κέρδος με κάθε κόστος, να γίνουν οι ξενοδοχειακές δομές όσο το δυνατόν πιο κερδοφόρες, έχει οδηγήσει τους επαγγελματίες του τουρισμού να αγνοούν το περιβάλλον και να παραμελούν την πτυχή της οικολογικής ευθύνης, η οποία είναι πολύ δαπανηρή και ασυμβίβαστη με τη «μαζική» διαχείριση.

2. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ?

Ενώ όλοι συμφωνούν ότι ο μαζικός τουρισμός είναι ένα ξεπερασμένο σύστημα που είχε την εποχή του, είναι λιγότερο σαφές τι είναι ο οικοτουρισμός. Ο ορισμός που προτείνει ο Ceballos-Lascurain (1987) είναι ίσως ο πιο κατάλληλος «η μορφή τουρισμού που συνίσταται στην επίσκεψη σχετικά αδιατάρακτων ή αδιατάρακτων φυσικών περιοχών, με στόχο τη μελέτη και τον θαυμασμό του τοπίου και των άγριων φυτών και

ζώων που περιέχει. καθώς και όποιες πολιτιστικές εκδηλώσεις (παλαιότερες και σημερινές) μπορούν να παρατηρηθούν σε αυτές τις περιοχές.

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, ο τουρισμός είναι από τη φύση του μια ρυπογόνος και μη φιλική προς το περιβάλλον επιχείρηση. Ωστόσο, η κατάσταση τείνει να εξελιχθεί, όπως μαρτυρούν οι στρατηγικές που εφαρμόζουν οι κυβερνήσεις.

Πράγματι, «Από τη δημοσίευση της Έκθεσης Bruntland το 1987 και τη διοργάνωση των Συνόδων Κορυφής της Γης στο RIO του Γιοχάνεσμπουργκ, η έννοια της «αιφόρου ανάπτυξης» έχει κινητοποιήσει πολλές χώρες, από τις πλουσιότερες έως τις φτωχότερες..

Ωστόσο, όπως και ο όρος οικότουρισμός, ο όρος βιώσιμη ανάπτυξη είναι μάλλον σκοτεινός και παραμένει ασαφής.



1992, Σύνοδος Κορυφής για τη Γη στο Ρίο ντε Τζανέιρο, Βραζιλία
© Droits réservés, Mount Holyoke College

"Πολλοί ερευνητές είναι παθιασμένοι με αυτό το νέο παράδειγμα και προσπαθούν να βρουν λύσεις που συνδυάζουν την προστασία των οικοσυστημάτων με την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη. Αν και η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης είναι ευρέως αποδεκτή, η εφαρμογή της διαφέρει από χώρα σε χώρα και προκαλεί ακόμη και έντονη αντίθεση από επιστήμονες, εταιρείες και ακόμη και το ευρύ κοινό.

Πράγματι, ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που ενυπάρχουν στις παγκόσμιες στρατηγικές είναι ότι είναι δύσκολο (αν όχι αδύνατο) να εναρμονιστεί η εφαρμογή αυτών των στρατηγικών και να προσαρμοστούν σε όλες τις χώρες του ΟΗΕ.

Παρά τη δυσκολία θέσπισης μιας κοινής στρατηγικής για όλες τις χώρες, το 2006, το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Περιβάλλοντος δημιούργησαν ένα Πρόγραμμα Αειφόρου Ανάπτυξης Τουρισμού, δηλώνοντας ότι κάθε μελλοντικό πρόγραμμα θα πρέπει να καθοδηγείται από αυτό και να λαμβάνει υπόψη τους ακόλουθους δώδεκα στόχους για τον αειφόρο τουρισμό:

1. Οικονομική βιωσιμότητα

Να διασφαλίσει τη βιωσιμότητα και την ανταγωνιστικότητα των τουριστικών προορισμών και επιχειρήσεων, ώστε να συνεχίσουν να ευημερούν και να αποφέρουν μακροπρόθεσμα οφέλη.

2. Τοπική ευημερία

Να μεγιστοποιήσει τη συμβολή του τουρισμού στην οικονομική ευημερία του προορισμού υποδοχής, και ειδικότερα το ποσοστό των τουριστικών δαπανών που πραγματοποιούνται προς όφελος της τοπικής κοινωνίας.

3. Ποιότητα απασχόλησης

Να βελτιώσει τον αριθμό και την ποιότητα των τοπικών θέσεων εργασίας που δημιουργούνται και υποστηρίζονται από τον τουρισμό, συμπεριλαμβανομένων των επιπέδων μισθών, των συνθηκών εργασίας

και των ίσων ευκαιριών απασχόλησης, χωρίς διακρίσεις λόγω φύλου, φυλής, αναπηρίας ή άλλου είδους.

4. Κοινωνική ισότητα

Επιδιώξτε μια ευρεία και δίκαιη κατανομή των οικονομικών και κοινωνικών οφελών του τουρισμού σε ολόκληρη την κοινότητα των δικαιούχων, συμπεριλαμβανομένων βελτιωμένων ευκαιριών απασχόλησης, εισοδήματος και υπηρεσιών για τους φτωχότερους.

5. Ικανοποίηση επισκεπτών

Να παρέχει ασφαλείς, ανταποδοτικές και αξιόλογες δραστηριότητες για όλους τους επισκέπτες, χωρίς διακρίσεις με βάση το φύλο, τη φυλή, την αναπηρία ή άλλους λόγους.

6. Τοπικός έλεγχος

Συμμετοχή και ενδυνάμωση των τοπικών κοινοτήτων στο σχεδιασμό και τη λήψη αποφάσεων σχετικά με τη διαχείριση και τη μελλοντική ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή τους, σε διαβούλευση με άλλους ενδιαφερόμενους φορείς.

7. Κοινοτική ευημερία

Διατήρηση και βελτίωση της ποιότητας ζωής των τοπικών κοινοτήτων, συμπεριλαμβανομένων των κοινωνικών δομών και της πρόσβασης σε πόρους, κοινοτικές υπηρεσίες και συστήματα υποστήριξης της ζωής, αποφεύγοντας κάθε μορφή κοινωνικής υποβάθμισης ή εκμετάλλευσης.

8. Πολιτιστικός πλούτος

Σεβασμός και ενίσχυση της ιστορικής κληρονομιάς, του αυθεντικού πολιτισμού, των παραδόσεων και των ιδιαιτεροτήτων των κοινοτήτων υποδοχής.

9. Σωματική ακεραιότητα

Διατήρηση και βελτίωση της ποιότητας του τοπίου, τόσο του αστικού όσο και του αγροτικού, και αποφυγή οποιασδήποτε φυσικής και οπτικής υποβάθμισης του περιβάλλοντος.

10. Βιολογική ποικιλότητα

Υποστηρίξτε τη διατήρηση των φυσικών περιοχών, οικοτόπων, της άγριας ζωής και των φυτών και ελαχιστοποιήστε τη ζημιά σε αυτά.

11. Αποδοτικότητα πόρων

Ελαχιστοποίηση της χρήσης σπάνιων και μη ανανεώσιμων πόρων για την ανάπτυξη και λειτουργία τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών.

12. Περιβαλλοντική καθαρότητα

Ελαχιστοποιήστε τη ρύπανση του αέρα, των υδάτων και του εδάφους και τη δημιουργία απορριμμάτων από τουριστικές επιχειρήσεις και επισκέπτες» (Πηγή: Έκθεση του Προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον (UNEP)).

Αυτό το πρόγραμμα χρησιμεύει ως κατευθυντήρια γραμμή για όλες τις χώρες που επιθυμούν να αναλάβουν μια διαδικασία οικολογικής μετάβασης για τον τουρισμό. Κάθε στρατηγική θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη αυτές τις 12 προτάσεις.

3. Ο ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΠΡΑΞΗ

Τώρα που είδαμε τους ορισμούς του οικοτουρισμού και της βιώσιμης ανάπτυξης στον τουρισμό, πρέπει να ορίσουμε πώς ο οικοτουρισμός εφαρμόζεται στην πράξη. Πώς γίνεται μια επιχείρηση «οικοτουρισμός»; Ποια είναι τα στοιχεία του οικοτουρισμού; Υπάρχουν ετικέτες που πιστοποιούν καλή πρακτική?

3.1. Το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα: μάρτυρες

ευρωπαϊκής ορθής πρακτικής

Το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα είναι ένα αυστηρό σήμα, που στοχεύει στην επιβράβευση των εταιρειών που υιοθετούν περιβαλλοντικά υπεύθυνες πρακτικές. Η ετικέτα έχει μια εξειδικευμένη κατηγορία για τον τουρισμό, πιστοποιημένη από την AFNOR στη Γαλλία.

Σύμφωνα με τον ιστότοπό τους, οι επιχειρήσεις που υποβάλλουν αίτηση για το σήμα θα αξιολογηθούν στα ακόλουθα σημεία:

- **Γενική διαχείριση:** περιβαλλοντική διαχείριση, εκπαίδευση προσωπικού, ενημέρωση πελατών, συντήρηση συσκευών και συσκευών θέρμανσης, παρακολούθηση της κατανάλωσης
- **Μείωση κατανάλωσης ενέργειας:** παροχή ηλεκτρικής ενέργειας από ανανεώσιμες πηγές, θέρμανση, φωτισμός
- **Μείωση κατανάλωσης νερού:** εγκαταστάσεις υγιεινής, καθαρισμός λευκών ειδών
- **Μείωση και διαλογή απορριμμάτων και λυμάτων**
- **Άλλα κριτήρια:** προώθηση οικολογικών μεταφορών, ενημέρωση για το ευρωπαϊκό οικολογικό σήμα κ.λπ.

Το Ευρωπαϊκό Οικολογικό Σήμα αναγνωρίζεται σε όλη την Ευρώπη και αποτελεί εξαιρετική βάση για τις εταιρείες που επιθυμούν να επικυρώσουν επίσημα τη στρατηγική τους για τον οικοτουρισμό.

Η απονομή του Οικολογικού Σήματος γίνεται σε 7 βήματα (8 αν μετρήσουμε τη φάση κατανόησης του σήματος). Η διαδικασία υποβολής αιτήσεων είναι η εξής:

- Προ-αίτηση: Κατανόηση του οικολογικού σήματος της ΕΕ
- Βήμα 1: Επικοινωνήστε με τον αρμόδιο φορέα σας

- Βήμα 2: Καταχωρίστε τα αγαθά ή την υπηρεσία σας στον ηλεκτρονικό κατάλογο οικολογικού σήματος της ΕΕ (ECAT) ή στον κατάλογο τουριστικών καταλυμάτων οικολογικού σήματος της ΕΕ
- Βήμα 3: Δημιουργήστε τον φάκελο της αίτησής σας με την περιγραφή και τη δοκιμή των αγαθών και των υπηρεσιών σας
- Βήμα 4: Υποβάλετε την αίτησή σας και πληρώστε τα τέλη
- Βήμα 5: Αξιολόγηση
- Βήμα 6: Έγκριση αίτησης και χορήγηση άδειας
- Βήμα 7: Επικοινωνήστε για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας με το οικολογικό σήμα της ΕΕ



4. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΑΛΗΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ

Το ευρωπαϊκό οικολογικό σήμα αντιπροσωπεύει μια καλή βάση για την επικύρωση μιας προσέγγισης οικοτουρισμού. Αλλά για να αποκτήσει αυτό το σήμα, η υποψήφια εγκατάσταση πρέπει να έχει ακολουθήσει μια οικολογικά υπεύθυνη προσέγγιση.

Αυτό το κεφάλαιο στοχεύει να παράσχει στους επαγγελματίες του

ξενοδοχειακού τομέα παραδείγματα καλών πρακτικών, που θα καταστήσουν δυνατή την έναρξη της οικολογικής μετάβασης της εγκατάστασης.

1. Διαχείριση απορριμμάτων

Η διαχείριση απορριμμάτων στον τομέα της φιλοξενίας είναι ένας τομέας που μπορεί εύκολα να βελτιωθεί με τα τρέχοντα κυβερνητικά μέσα διαχείρισης και διαχωρισμού απορριμμάτων. Κάθε εταιρεία που επιθυμεί να ξεκινήσει μια διαδικασία οικολογικής μετάβασης πρέπει να λάβει υπόψη τη διαχείριση των απορριμμάτων της.

Αυτή η διαχείριση των απορριμμάτων γίνεται σε δύο φάσεις:

- **Η χρήση προϊόντων που παράγουν λιγότερα απόβλητα ή παράγουν «καλύτερα» απόβλητα.** Σε αυτό το επίπεδο, οι προτάσεις του World Wildlife Fundation (WWF) φαίνονται πολύ σχετικές.
- **Προτιμήστε προϊόντα με όσο το δυνατόν λιγότερη συσκευασία:** όταν ψωνίζετε, προτιμήστε μεγάλα δοχεία ή χύμα προϊόντα για παράδειγμα.
- **Προτιμήστε τις ανακυκλώσιμες ή επαναχρησιμοποιήσιμες συσκευασίες:** από εδώ και στο εξής, οι καταστηματάρχες δεν επιτρέπεται πλέον να προσφέρουν δωρεάν πλαστικές σακούλες ή θήκες στους πελάτες τους (εκτός από χύμα προϊόντα διατροφής). Προσοχή στις λεγόμενες βιοδιασπώμενες ή θραυστικές σακούλες: η χημική τους επίδραση στο έδαφος είναι τέτοια που είναι προτιμότερο να χρησιμοποιήσετε και για αυτές μια επαναχρησιμοποιήσιμη σακούλα.
- **Μην αγοράζετε εμφιαλωμένο νερό:** τα πλαστικά μπουκάλια αντιπροσωπεύουν σημαντικό ποσοστό των οικιακών

απορριμμάτων. Το νερό της βρύσης είναι εξαιρετικής ποιότητας και υπάρχουν αρκετές συσκευές για το φιλτράρισμα του.

- **Επιλέξτε επαναχρησιμοποιήσιμα προϊόντα που διαρκούν:** επενδύστε σε ποιοτικό εξοπλισμό που θα διαρκέσει πολύ. Αποφύγετε τα αναλώσιμα - μαντηλάκια, πλαστικά ή χάρτινα πιάτα - και αγοράστε ανταλλακτικά ή συμπυκνωμένα προϊόντα και όχι ολόκληρο το προϊόν ξανά (ανταλλακτικά δοχείων μελάνης, προϊόντα καθαρισμού κ.λπ.).



Επαναχρησιμοποιήσιμα ξύλινα εργαλεία

- Τη σωστή διαχείριση των παραγόμενων απορριμμάτων.

Εάν είναι αδύνατο να αποφευχθεί η παραγωγή απορριμμάτων, είναι σημαντικό να γνωρίζετε πώς να τα χειρίζεστε σωστά. Ο διαχωρισμός απορριμμάτων είναι ένα δοκιμασμένο σύστημα που γίνεται πλέον αποτελεσματικό σε όλη την Ευρώπη.

Είναι αλήθεια ότι μερικές φορές είναι δύσκολο να ξέρεις πώς να ταξινομήσεις. Οι χειρονομίες ταξινόμησης διαμεσολαβούνται από συσκευές που δεν έχουν προβλέψει οι τεχνικές υπηρεσίες, αφού αποτελούν μέρος της ιδιωτικής σφαίρας. Η εξάσκηση στη διαλογή απαιτεί επένδυση σε υλικά, χρόνο και χώρο, τα οποία είναι όλα αφιερωμένα στα απόβλητα σύμφωνα με πρόσφατες μεθόδους. Ως εκ τούτου, μετακινούμαστε από ένα σύστημα συλλογής που τείνει προς την εξαφάνιση των απορριμμάτων (Deleuil, 2002) σε συστήματα που απαιτούν τα απόβλητα να ανθίσουν στην κουζίνα μέσω της διαλογής. Αυτή η βαθιά αλλαγή στη χρήση και την αποδοχή επιτυγχάνεται μέσω μιας ομαλοποίησης της συμπεριφοράς που προσπαθούσε να κατασκευάσει η επίσημη επικοινωνία και η οποία αποδεικνύεται αποτελεσματική, τουλάχιστον μεταξύ των ταξινομητών. Η εργασία με μη διαλογείς θα επέτρεπε να παρατηρηθεί εάν βρίσκονται σε κατάσταση διαφωνίας, δηλαδή αναγνώρισης του κανόνα (David-Jougneau, 1989) ή αδιαφορίας, οπότε η ομαλοποίηση θα αφορά μόνο αυτούς που την ασκούν και θα βοηθούν στον καθορισμό κοινωνικών ομάδων που μπορούν να αναγνωριστούν από τις πρακτικές απόρριψής τους.



2. Κατανάλωση νερού

Η κατανάλωση νερού είναι ένα σημαντικό ζήτημα που επηρεάζει τον

τομέα της φιλοξενίας.

Μάλιστα, σε ένα ξενοδοχείο 3*, κατά μέσο όρο σχεδόν το 40% της κατανάλωσης νερού είναι στα δωμάτια και το 30% στις κουζίνες και τα παραρτήματα. Φαίνεται λοιπόν συνετό να παρακολουθείται η πραγματική κατανάλωση. Ωστόσο, μπορούν να ληφθούν ορισμένα μέτρα για τη βελτιστοποίηση της κατανάλωσης νερού και τον εντοπισμό των αιτιών της ολίσθησης.

Μπορούν να καθοριστούν τέσσερις τομείς για βελτίωση. Αυτό γίνεται για να μειωθεί το κόστος που συνδέεται με την κατανάλωση νερού και να αποτελέσει μέρος μιας πολιτικής βιώσιμης ανάπτυξης που μπορεί να αποτελέσει επιχείρημα για τους πελάτες:

- Κυνήγι για διαρροές νερού

Οι διαρροές νερού δεν είναι απαραίτητα ορατές, αλλά οι συνέπειές τους στον λογαριασμό του νερού είναι. Ωστόσο, υπάρχουν μερικά πράγματα που μπορείτε να κάνετε για να τα αποτρέψετε.

- Προσδιορίστε τα κύρια πιθανά σημεία διαρροής: σωλήνες (βαλβίδες, εξαρτήματα, κ.λπ.), σημεία έλξης (βρύσες, ντους, τουαλέτες έκπλυσης κ.λπ.) και, εάν η επιχείρησή σας διαθέτει, την πισίνα.
- Εάν είναι δυνατόν, συντάξτε έναν χάρτη των κυκλωμάτων νερού και ένα σχέδιο της εγκατάστασης!
- Παρακολουθήστε την κατανάλωσή σας ανάλογα με τον αριθμό των ατόμων στην κατάστασή σας (διανυκτερεύσεις ή καλύψεις).
- Να διαβάζετε τακτικά τους μετρητές νερού και να καταγράφετε τα δεδομένα σε ένα σημειωματάριο ή να χρησιμοποιείτε υπολογιστή για να παρακολουθείτε την κατανάλωσή σας.
- Εγκαταστήστε υπομετρητές (ή υπομετρητές) για τον καλύτερο εντοπισμό πιθανών διαρροών και παρακολούθηση της

κατανάλωσης ανά τομέα.

- Συντηρήστε τον εξοπλισμό σας: αφαλατώστε τον τακτικά, αλλάξτε τον παλαιότερο εξοπλισμό ή/και συνάψτε σύμβαση συντήρησης με έναν πάροχο υπηρεσιών που ειδικεύεται σε αυτόν τον τομέα.

- Εξοπλίστε την επιχείρησή σας

Για να λειτουργήσει σωστά, ο εξοπλισμός στην εγκατάστασή σας πρέπει να δέχεται πίεση νερού μεταξύ 2,8 και 3,2 bar.

- Κάθε χώρος της εγκατάστασης μπορεί να εξοπλιστεί με κατάλληλο εξοπλισμό για τη μείωση της κατανάλωσης νερού:
- Δωμάτια: εγκατάσταση βρύσων μείκτη ή, για συμβατικές βρύσες, εγκατάσταση αεριστήρων και περιοριστών ροής για νεροχύτες και ντους. Για τουαλέτες, εγκατάσταση δεξαμενών με τυπικό όγκο 3 έως 6 λίτρα, καθώς και απελευθέρωση με δύο κουμπιά.
- Κοινόχρηστοι χώροι υγιεινής: εγκατάσταση βρύσων με κουμπιά ή ανιχνευτές παρουσίας.
- Κουζίνες: για νεροχύτες πιάτων, τοποθέτηση ντουζιέρας χειρός με χειροκίνητο έλεγχο και για άλλα σημεία νερού, τοποθέτηση βρύσων μεταβλητής ροής.
- Για ποτήρια και πλυντήρια πιάτων, ανατρέξτε στην ετικέτα «ενεργειακή» (προτιμήστε A++ ή A+++) και στην ετικέτα «κατανάλωση νερού» για να επιλέξετε το καταλληλότερο για την κατάστασή σας (μικρά εστιατόρια, μεγάλος αριθμός καλυμμάτων κ.λπ.).
- Εάν η επιχείρησή σας διαθέτει χώρους πρασίνου, σκεφτείτε τις μηχανές συγκομιδής όμβριων υδάτων, την άρδευση με σταγόνες

ή/και τη σάπια φύλλα.

- Κινητοποιήστε το προσωπικό σας

Η εξοικονόμηση νερού συνεπάγεται και την κινητοποίηση του προσωπικού στις καθημερινές του δραστηριότητες. Αυτό περιλαμβάνει επίσης συντήρηση και πρόληψη.

- Προγραμματίστε τακτικές συναντήσεις για να τους υπενθυμίζετε τις συστάσεις σας κατά των αποβλήτων και το περιβάλλον. Παρέχετε λίστες ελέγχου και οδηγό διαδικασιών.
- Εκπαιδεύστε μερικά άτομα (προσωπικό δωματίων, τεχνικούς συντήρησης, κηπουρούς, μάγειρες κ.λπ.) να ελέγχουν το δίκτυο και τον εξοπλισμό.
- Καθιερώστε τακτικούς ελέγχους από αυτό το εκπαιδευμένο προσωπικό και υποβάλετε αναφορά.
- Αύξηση της ευαισθητοποίησης των πελατών σας
- Τέλος, μια επιχείρηση δεν μπορεί να εφαρμόσει αυτές τις λύσεις εξοικονόμησης νερού χωρίς την ενεργό συμμετοχή των πελατών της.

Επομένως, πρέπει να ενημερώσετε τους πελάτες για την προσέγγισή σας αμέσως μόλις εισέλθουν στην κατάστασή σας: προωθώντας μια οικολογικά υπεύθυνη ετικέτα που αποκτήθηκε ή εμφανίζοντας ακριβείς και στοχευμένες πληροφορίες.

- Συστάσεις για την αποφυγή σπατάλης νερού στο μπάνιο, πώς να κρατάτε πετσέτες και σεντόνια για μια επιπλέον ημέρα για να αποφύγετε τον άκαιρο καθαρισμό.

- Μεταφέρετε ένα θετικό μήνυμα μέσω αυτής της οθόνης, επιχειρηματολογήστε και εξηγήστε το ενδιαφέρον της δράσης τους.

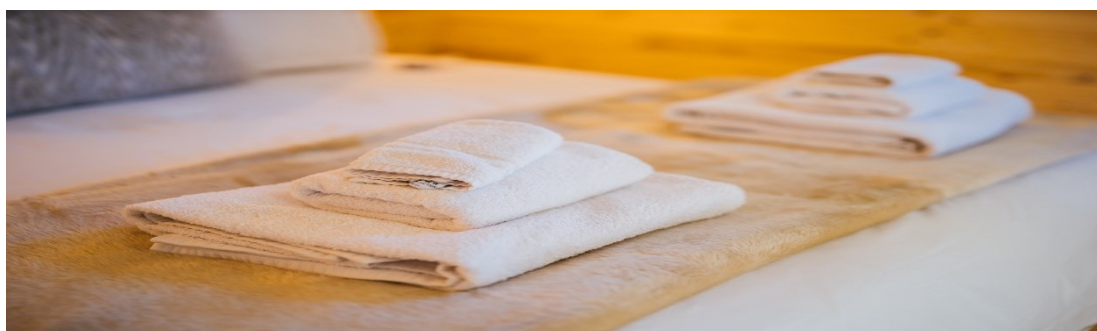
- Υποστηρίξτε αυτήν την περιβαλλοντική πολιτική επιδεικνύοντας έναν χάρτη, παρέχοντας ένα ερωτηματολόγιο ικανοποίησης ή/και επισημαίνοντας τις ενέργειες που έχουν ήδη πραγματοποιηθεί στην περιοχή όπου βρίσκεται η κατάστασή σας.

Μπορούν να γίνουν σημαντικές εξοικονομήσεις εάν η Διοίκηση, το Προσωπικό και οι Πελάτες ενεργήσουν από κοινού.

- **Βελτιστοποιήστε τη χρήση των ρούχων**

Η διαχείριση του πλυντηρίου είναι ένας από τους τομείς που επηρεάζουν περισσότερο το περιβάλλον σε ένα ξενοδοχείο. Πράγματι, το πλύσιμο ρούχων αντιπροσωπεύει έως και το 30% των περιβαλλοντικών επιπτώσεων ενός ξενοδοχείου: κλιματική αλλαγή, κατανάλωση νερού και ενέργειας, απόβλητα, απορρυπαντικά. Το πλυντήριο μπορεί να αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο περιβαλλοντικό κόστος για ένα ξενοδοχείο.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των λευκών ειδών: μείωση της κατανάλωσης λευκών ειδών με την αναδιοργάνωση των διαδικασιών διαχείρισης και την αύξηση της ευαισθητοποίησης των πελατών, εργασία για τον τύπο του χρησιμοποιούμενου υφάσματος (βάρος, μέγεθος, ύφασμα κ.λπ.), ανάλυση των επιπτώσεων των εσωτερικών ή εξωτερικών λευκών ειδών διαχείριση (εξοπλισμός που χρησιμοποιείται, μεταφορά κ.λπ.). Λιγότερα σεντόνια, περισσότερη οικονομία στο περιβάλλον!



Πετσέτες σε ξενοδοχείο, πηγή Unsplash

- **Ανανέωση λευκών ειδών στα δωμάτια**

Είναι σύνηθες σε ένα ξενοδοχειακό συγκρότημα να αντικαθιστάτε τα κλινოსκεπάσματα μπάνιου κάθε μέρα και τα κλινოსκεπάσματα τακτικά σε περίπτωση αναψυχής.

Εδώ ακριβώς οι ξενοδόχοι μπορούν να υποθέσουν ότι τα λευκά είδη μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν κατά κανόνα, εάν δεν είναι λερωμένα ή πολύ υγρά, με τον ίδιο τρόπο που όλοι στο σπίτι χρησιμοποιούν τις πετσέτες τους πολλές φορές.

Ορισμένα ξενοδοχεία επιτρέπουν πλέον στους επισκέπτες να αλλάζουν τις πετσέτες τους μόνο κατόπιν αιτήματος. Οι επισκέπτες παρακαλούνται να αφήσουν τις βρώμικες πετσέτες τους στο πάτωμα ή στο ντους/μπανιέρα όταν θέλουν να τις αλλάξουν. Ο «κώδικας» γίνεται γνωστός στους επισκέπτες του ξενοδοχείου, με κάθε επιχείρηση να αφήνει το μήνυμα σε μια πινακίδα στο μπάνιο.

Κάθε ίδρυμα, ομάδα ή ένωση έχει αναπτύξει τη δική του εμφάνιση, αλλά το περιεχόμενο του μηνύματος είναι γενικά το ίδιο.

Ωστόσο, πρέπει να τηρούνται αρκετά σημεία επικοινωνίας για να διασφαλιστεί ότι το έργο γίνεται καλά αποδεκτό από τους πελάτες:

- σαφές και ευγενικό περιεχόμενο μηνυμάτων
- Τοποθέτηση της αφίσας/ταμπέλας κοντά στις καθαρές πετσέτες του μπάνιου

Όπως συμβαίνει με κάθε πρωτοβουλία ευαισθητοποίησης, είναι σημαντικό όχι μόνο να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση του πελάτη, αλλά και να διατεθούν άλλα στοιχεία για τη διευκόλυνση της υποστήριξης πελατών για αυτόν τον τύπο πρωτοβουλίας:

Τοποθετήστε αρκετά μεγάλα μανταλάκια και/ή ράγες για πετσέτες. Εάν οι πελάτες πιστεύουν ότι δεν έχουν αρκετό χώρο για να στεγνώσουν την πετσέτα τους, δεν θα συμμετάσχουν στο πρόγραμμα.

Χρησιμοποιήστε ένα καλάθι ρούχων (κατά προτίμηση από ξύλο ή

ψάθινο) για να αποτρέψετε τα ρούχα να μένουν στο πάτωμα: είναι οπτικά πιο ευχάριστο να κρύβετε τις χρησιμοποιημένες πετσέτες σε ένα καλάθι και οι πετσέτες θα είναι λιγότερο βρώμικες και βαριές επειδή δεν θα απορροφούν πλέον το νερό που χύθηκε στο πάτωμα.

5. ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΗΣΤΕ ΤΑ ΛΕΥΚΑ ΕΙΔΗ ΜΕ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΕΠΙΒΑΡΥΜΕΝΑ ΛΕΥΚΑ ΕΙΔΗ

Το μέσο βάρος των λευκών ειδών ξενοδοχείων κυμαίνεται από 300 έως 750 g/m² για τις πετσέτες και από 120 έως 400 g/m² για τα κλινοσκεπάσματα. Ένα υψηλό βάρος δεν αποτελεί απαραίτητα εγγύηση υψηλής ποιότητας, αλλά γενικά συνδέεται με αυτό. Ίσως αξίζει τον κόπο να μειώσετε το βάρος.

Για παράδειγμα, για σεντόνια μπάνιου διαστάσεων 70 x 140: βάρος 350 g/m² (δηλ. 392 g) που αντικαθίσταται από βάρος 400 g/m² (δηλαδή 343 g). Με 20.000 πετσέτες που νοικιάζονται ετησίως, θα καθαρίζονται 6.860 κιλά (με 350 g/m²) λευκών ειδών, έναντι 7.840 kg (με 400 g/m²). Αυτό σημαίνει ότι ο αριθμός των κύκλων πλυντηρίου και στεγνωτηρίου κατά τη διάρκεια του έτους θα μειωθεί κατά 12,5%, πράγμα που σημαίνει ότι η ίδια ποσότητα ενέργειας και νερού θα εξοικονομηθεί μόνο στις πετσέτες.

Η ίδια λογική ισχύει και για τις διαστάσεις των λευκών ειδών προκειμένου να μειωθεί το βάρος των λευκών ειδών που θα πλυθούν στο πλυντήριο.

Για παράδειγμα, μια πετσέτα 30 x 70 μπορεί να αντικατασταθεί από μια πετσέτα 30 x 50 χωρίς καμία ταλαιπωρία για τους πελάτες.

5.1. Σύντομος κύκλος φαγητού

Η προσέγγιση του σύντομου κύκλου τροφίμων βασίζεται σε τοπικά προϊόντα και αντανakλάται στη συνεχή αύξηση των τοπικών αγορών και των σύντομων κύκλων, για τη μείωση των μεσαζώντων. Οι προσδοκίες τους είναι σαφείς: ασφαλέστερα και πιο βιώσιμα τρόφιμα,

συμπεριλαμβανομένης της μείωσης των φυτοφαρμάκων, της ποιότητας των τροφίμων, του σεβασμού του περιβάλλοντος κ.λπ. Τα αποτελέσματα της τελευταίας γεωργικής απογραφής που πραγματοποιήθηκε από το Υπουργείο Γεωργίας, Τροφίμων, Αλιείας και Διαχείρισης Γης αποκαλύπτουν ότι οι σύντομοι κύκλοι αποτελούν πραγματικά μέρος του λεξιλογίου των καταναλωτών. Η τάση "made in your own backyard" βρίσκεται σε άνοδο.

Μετά τα βιολογικά προϊόντα, οι τοπικές αγορές γίνονται όλο και πιο δημοφιλείς. "Το τοπικό αντικαθιστά ακόμη και τα βιολογικά. Το 2013, οι διανομείς κατέκτησαν τη βασική τάση της αγοράς προς τα τοπικά προϊόντα μιλώντας πιο έντονα για την προέλευση των προϊόντων (ιχνηλασιμότητα, προσέγγιση της αλυσίδας εφοδιασμού κ.λπ.) και την τοπική προμήθεια.

Ένα άλλο μοντέρνο κανάλι είναι οι απευθείας πωλήσεις. Ένας στους πέντε παραγωγούς στη Γαλλία πουλάει μέσω σύντομου κύκλου. Οι παραγωγοί λαχανικών και μελιού συμμετέχουν περισσότερο σε αυτό το είδος διανομής, γεγονός που περιορίζει τον αριθμό των ενδιάμεσων μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή σε έναν. Τα ζωικά προϊόντα, τα οποία είναι πιο δύσκολο να μεταποιηθούν και να διατηρηθούν, διατίθενται πιο σπάνια στο εμπόριο σε σύντομο κύκλο. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα πωλούνται από τους γαλακτοπαραγωγούς κατά 34% και από τους αιγοπροβατοτρόφους κατά 44%.

Ωστόσο, ενώ φαίνεται εύκολο να αγοράσεις μικρές ποσότητες απευθείας από τον παραγωγό, οι μεγάλες ημερήσιες ποσότητες που απαιτούνται για συλλογική ή εμπορική εστίαση απαιτούν προσμονή και οργάνωση. Για να τους υποστηρίξουν στην προσέγγισή τους, οι επαγγελματίες επωφελούνται από διάφορα πρακτικά εργαλεία και υποστήριξη από διανομείς.

Για να ξεκινήσετε την προσέγγιση σύντομου κύκλου, είναι απαραίτητο να γνωρίζετε τα πλεονεκτήματα και τα εμπόδια που μπορεί να συνεπάγεται. Η πρώτη προϋπόθεση, η οποία αποτελεί ουσιαστική προϋπόθεση για την υλοποίηση της τοπικής προσφοράς, είναι η

ενθάρρυνση της ανάπτυξης μιας τοπικής αγοράς. Στόχος είναι η ενθάρρυνση της ποιοτικής εστίασης που σέβεται τους ανθρώπους, την υγεία τους και το περιβάλλον, γιατί είναι ένα έργο που «σκέφτεται παγκόσμια και δρα τοπικά». Για να πραγματοποιηθεί αυτό το πείραμα με επιτυχία, είναι επιτακτική ανάγκη να διασφαλιστεί η ποιότητα των προϊόντων και να αναπτυχθεί η τοπική προσφορά μέσω της δημιουργίας συνεργασιών.

Σε αυτήν την περίπτωση, η αγορά ακατέργαστων προϊόντων είναι ευνοϊκή για την τοπική παραγωγή και είναι καθοριστικός παράγοντας για τη μείωση του κόστους των υλικών, προς όφελος των βασικών προϊόντων καλύτερης ποιότητας.

Μια άλλη παράμετρος που πρέπει να λάβετε υπόψη πριν πάτε τοπικά είναι η οικολογία. Οι μαζικές μεταφορές, όπως τα βαρέα φορτηγά οχήματα και τα φορτηγά πλοία, μειώνουν σημαντικά τις εκπομπές ανά κιλό που μεταφέρεται.

Φυσικά, το να πηγαίνεις τοπικά έχει τα πλεονεκτήματά του. Ωστόσο, αυτή η προσέγγιση απαιτεί πραγματισμό προκειμένου να αξιολογηθεί η κατάσταση πριν δεσμευτεί.



Κατάστημα βιολογικών τοπικών τροφίμων, πηγή: Unsplash

5.2. Φυσικές πισίνες

Οι παραδοσιακές πισίνες είναι ρυπογόνες και χρησιμοποιούν πολλά επιβλαβή προϊόντα που είναι βλαβερά για το περιβάλλον. Σε αυτές τις παραδοσιακές πισίνες, υπάρχει μια πιο βιώσιμη εναλλακτική: οι φυσικές πισίνες. Οι φυσικές πισίνες βασίζονται στην ανάπτυξη ενός πραγματικού οικοσυστήματος που θα διατηρήσει την ποιότητα του νερού σε ισορροπία, χάρη στην τεχνική της λιμνοθάλασσας. Αυτές οι πισίνες αποτελούνται από τρεις διαφορετικές ζώνες:

- Μια κεντρική περιοχή κολύμβησης ή πισίνα, που αντιπροσωπεύει το ένα τρίτο της συνολικής επιφάνειας,
- Μια περιφερειακή, πιο ρηχή ζώνη αναγέννησης, όπου τα υδρόβια φυτά είναι υπεύθυνα για τη διήθηση και μπορεί επίσης να υπάρχουν διακοσμητικά φυτά,
- Ζώνη οξυγόνωσης και απολύμανσης με οξυγονωτικά φυτά ή καταρράκτη, που επιτρέπει στο νερό να εκτεθεί σε φυσικό φως UV.

Το νερό κυκλοφορεί αργά μεταξύ των τριών ζωνών χάρη σε μια μικρή αντλία και στη συνέχεια μέσω της βαρύτητας.

Η φυσική πισίνα απαιτεί το σκάψιμο μιας φυσικής πισίνας αλλά και την ανέγερση τοίχων μεταξύ των χώρων κολύμβησης και φιλτραρίσματος. Είναι απαραίτητο να πραγματοποιηθούν:

- Το σκάψιμο της φυσικής πισίνας και του χώρου φιλτραρίσματος,
- Την οριοθέτηση των χώρων κολύμβησης και διήθησης,
- Η δημιουργία ενός μικρού διακοσμητικού καταρράκτη που είναι απαραίτητος για την οξυγόνωση του νερού,
- Δημιουργία πλακόστρωτου χώρου, προεξοχής ή πλωτήρα που επιτρέπει την πρόσβαση στην πισίνα

Η φυσική πισίνα είναι μια εντελώς οικολογική διαδικασία. Για τη διατήρηση της λεκάνης, τα φυτά της φυσικής πισίνας είναι στη συνέχεια πλεονεκτήματα για τη διατήρηση της ποιότητας του νερού κατά τη διάρκεια των όμορφων ημερών και ακόμη και μετά. Τα φυτά για τη φυσική σας πισίνα θα χρησιμεύσουν ως φυσικό φιλτράρισμα. Πράγματι, οι παραδοσιακές πισίνες είναι γεμάτες με νεκρό νερό το οποίο διατηρείται καθαρό χάρη στις πολλές χημικές ουσίες που πρέπει να προστεθούν. Η φυσική πισίνα, από την άλλη, έχει το νερό της «ανανεωμένο» χάρη στα φυτά που την αποτελούν.

Ποια είναι τα καταλληλότερα φυτά για φυσικές πισίνες;

- Φυτά καθαρισμού: είναι φυτά που παίζουν το ρόλο του φυσικού φιλτραρίσματος. Η δράση τους τους επιτρέπει να απορροφούν τα μέταλλα που υπάρχουν στο νερό, τα οποία είναι υπεύθυνα για τον πολλαπλασιασμό των φυκιών: φραγκμίτες, ελοδέα, σπαθιά κ.λπ.
- Οξυγονοποιητικά φυτά: όπως υποδηλώνει και το όνομά τους, φέρνουν οξυγόνο στο νερό και έτσι ενθαρρύνουν την ανάπτυξη βακτηρίων: pondweed, water milfoil, water buttercup κ.λπ.
- Πλωτά και διακοσμητικά φυτά: βοηθούν επίσης στην καταπολέμηση του πολλαπλασιασμού των φυκιών γιατί κρύβουν τον ήλιο από τα φύκια, επιβραδύνοντας έτσι την ανάπτυξή τους: νυμφαίες κ.λπ.

Τα φυτά μπορούν να τοποθετηθούν απευθείας στο έδαφος ή σε γλάστρες. Αυτή η δεύτερη επιλογή, η οποία είναι πιο απλή στην εγκατάσταση, θα επιτρέψει στα φυτά να μετακινούνται εύκολα και θα περιορίσει επίσης τον πολλαπλασιασμό ορισμένων χωροκατακτητικών φυτών. Συνιστάται λοιπόν να επαναφυτεύετε τα φυτά σε μεγάλες γλάστρες για να μην περιορίζεται η ανάπτυξή τους. Το στρώμα του εδάφους θα πρέπει να καλύπτεται από ένα στρώμα χαλικιού τουλάχιστον δύο εκατοστών, για να αποφευχθεί η διατάραξη του νερού με χώμα και να αποφευχθεί το σκάψιμο ψαριών.

Ωστόσο, είναι απαραίτητο να αντιμετωπιστούν τυχόν φύκια που μπορεί να καθιζάνουν: Το πρώτο πράγμα που πρέπει να κάνετε είναι να δοκιμάσετε το νερό κολύμβησης. Εάν το νερό έχει υψηλό επίπεδο ασβεστόλιθου, είναι σημαντικό να αναλάβετε δράση γιατί αυτό το ορυκτό μπορεί να είναι αιτία ανάπτυξης φυκιών. Μια άλλη αιτία δημιουργίας φυκιών στη φυσική σας πισίνα είναι ότι δεν έχει επιτευχθεί η φυσική ισορροπία της φυσικής σας πισίνας. Τα πρώτα χρόνια θα είναι λοιπόν στρατηγικά και η επιλογή των φυτών για τη φυσική σας πισίνα θα στοιχηματίζει για την ομορφιά της πισίνας σας αλλά και για να επιβραδύνει την εμφάνιση των φυκιών. Ωστόσο, θα πρέπει επίσης να φροντίσετε, στη συντήρηση της φυσικής σας πισίνας, την ατμοσφαιρική ρύπανση και τα λιπάσματα που περιέχονται στο νερό της απορροής.

- Είναι συχνά δυνατό να μετατραπεί μια κλασική πισίνα σε φυσική πισίνα, αλλά στη συνέχεια απαιτείται επιπλέον χώρος για τη λιμνοθάλασσα του νερού.
- Αυτή είναι μια πραγματική βιολογική και βιώσιμη εναλλακτική στην παραδοσιακή πισίνα.
- Το βιολογικό κολυμβητήριο δεν απαιτεί χημικές ουσίες, ιδιαίτερα χλώριο, που επιτρέπει τη συνύπαρξη χρήσιμων οργανισμών όπως βατράχια, λιβελλούλες και μικρά ψάρια που μπορούν να ζήσουν στον όγκο του νερού, καταναλώνοντας πράσινα φύκια και πιθανές προνύμφες κουνουπιών.
- Οι συμβατικές πισίνες φορολογούνται, αλλά οι «βιολογικές δεξαμενές» όχι.
- Οι φυσικές πισίνες γενικά δεν θερμαίνονται ή θερμαίνονται ελάχιστα από τον ήλιο. Επομένως, δεν θα έχετε δυσάρεστες εκπλήξεις από αυτή την άποψη (προσοχή στην αντλία) όταν λάβετε τον λογαριασμό ρεύματος.
- Εάν η επιφάνεια είναι αρκετά μεγάλη και η πισίνα χρησιμοποιείται μόνο περιστασιακά από πάπιες, κύκνους ή χήνες, οι υπεριώδεις

ακτίνες του ήλιου και το φυσικό οξυγόνο που παράγεται από το φυτοπλαγκτόν και ορισμένα βυθισμένα υδρόβια φυτά βοηθούν στην απολύμανση του νερού και του βιοφίλμ που σχηματίζεται συνεχώς.

- Αφού εγκατασταθεί, η φυσική πισίνα έχει πολλά πλεονεκτήματα σε σχέση με τις συμβατικές πισίνες. Η συντήρησή του, μια φορά το χρόνο για βαθύ καθαρισμό της πισίνας είναι λιγότερο κουραστική και αντιπροσωπεύει ελάχιστο ή καθόλου επιπλέον κόστος. Η βιολογική πισίνα δεν έχει τίποτα να ζηλέψει στις χλωριωμένες πισίνες, επιτρέποντας καλύτερη ενσωμάτωση στο τοπίο.



Ένα παράδειγμα φυσικής πισίνας, πηγή: Futura-science

6. LOCATOURISM: ΜΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΜΟΡΦΗ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ

Βλέπουμε την εμφάνιση νέων τάσεων όπως ο αργός τουρισμός. Μια πραγματική αντίθεση του μαζικού τουρισμού, ο «Αργός τουρισμός» βασίζεται στη φιλοσοφία του «Slow Food» (ένα κίνημα που δημιουργήθηκε το 1986 για την καταπολέμηση της απώλειας της αυθεντικότητας).

Slow Food (ένα κίνημα που δημιουργήθηκε το 1986 για να καταπολεμήσει την απώλεια της αυθεντικότητας της γνησιότητας των τροφίμων, συνεργαζόμενος με μικρούς παραγωγούς και εκπαιδεύοντας ξανά τους καταναλωτές για τη γεύση των προϊόντων).

Υποστηρίζει μια μορφή βιωσιμότητας για τις περιοχές που επιδεικνύουν περήφανα τις αξίες και τις πολιτιστικές και πολιτιστικές τους ιδιαιτερότητες.

Ο τοπικός τουρισμός, ο οποίος έχει τους ίδιους στόχους με τον αργό τουρισμό, είναι ελαφρώς πιο περίπλοκος να οριστεί.

Staycation, nearcation, proximity τουρισμός... Όλοι αυτοί οι όροι αναφέρονται σε μια φαινομενικά πανομοιότυπη έννοια, η οποία όμως πρέπει να χαρακτηριστεί. Ενώ είναι αλήθεια ότι όλες αυτές οι έννοιες μπορούν να ομαδοποιηθούν σε μια παγκόσμια ιδέα που είναι η πρακτική του τουρισμού στο σπίτι ή κοντά στο σπίτι, κάθε όρος προσδιορίζει έναν τρόπο κατανάλωσης από μόνος του.

Οι διακοπές στο σπίτι δεν είναι κάτι καινούργιο. Όλοι όσοι δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να ταξιδέψουν ασκούν διαμονή (αυτό ονομάζεται αναγκαστική παραμονή). Από την άλλη πλευρά, οι εθελοντικές διακοπές στο σπίτι ή κοντά στο σπίτι είναι ένα σχετικά πρόσφατο φαινόμενο, το οποίο έχει τις ρίζες του σε φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές που σέβονται το περιβάλλον. Σε αυτό το κεφάλαιο θα δούμε επίσης τι ελκύει τους ανθρώπους σε αυτή τη «νέα» μορφή τουρισμού, αλλά και τα όριά της.

6.1. Στην αρχή, ένας τρόπος κατανάλωσης: ο τοπολατρισμός

Ο τοπικός τουρισμός είναι ένας όρος που προέρχεται από τον τοπικισμό, ο οποίος είναι ένας σχετικά πρόσφατος όρος. Πράγματι, το τελευταίο δημιουργήθηκε το 2005 με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Περιβάλλοντος.

Ενώ ο όρος έχει διαδοθεί ευρέως και είναι ευρέως αναγνωρισμένος στις Ηνωμένες Πολιτείες, από όπου προήλθε, είναι πολύ λιγότερο στα αρχικά του στάδια στην Ευρώπη.

Το Locavorism έχει γίνει μια πραγματική τάση μεταξύ των ανθρώπων με έναν οικολογικό τρόπο ζωής. Αυτός ο τρόπος κατανάλωσης, που δεν παρατηρήθηκε από την προ-παγκοσμιοποίηση, έχει αποκτήσει δυναμική με τα χρόνια, σε σημείο που οι σημερινοί καταναλωτές τείνουν να ευνοούν την τοπική κατανάλωση έναντι της βιολογικής κατανάλωσης. Η μάχη ενάντια στους ξέφρενους ρυθμούς κατανάλωσης λόγω της παγκοσμιοποίησης ξεκινάει εδώ.

6.2. Τουρισμός στο σπίτι: Γιατί?

Όπως ορίσαμε νωρίτερα, ο τοποτουρισμός είναι μια μορφή εξάσκησης του τουρισμού γύρω από το σπίτι. Αυτός ο τρόπος επιβολής της γεωγραφικής εγγύτητας ως περιορισμού όταν η ίδια η αρχή του τουρισμού είναι η άσκηση μιας δραστηριότητας έξω από το συνηθισμένο περιβάλλον μπορεί να φαίνεται αρχικά εκπληκτικός.

Αν και αυτή η μορφή τουρισμού κέρδισε σε δημοτικότητα μετά την οικονομική κρίση του 2008, ο παραλληλισμός με τον τοπικό τουρισμό μας επέτρεψε να βρούμε άλλους λόγους που παρακινούν αυτές τις τουριστικές πρακτικές. Σε αυτή την ενότητα θα δούμε πώς μπορεί να αρθρωθεί ο τοποτουρισμός και πώς μπορεί να γίνει ελκυστικός.

6.3. Προώθηση της «ήπιας» κινητικότητας

Οι μεταφορές, και ειδικότερα οι αεροπορικές μεταφορές, είναι η κύρια αιτία ρύπανσης που συνδέεται με τον τουρισμό. Η Κόστα Ρίκα, με το πρόγραμμα "Pura Vida Pledge", επέλεξε την ουδετερότητα άνθρακα ενθαρρύνοντας τους τουρίστες να αντισταθμίσουν τον άνθρακα που εκπέμπεται από την πτήση τους κάνοντας δωρεές σε τοπικά

περιβαλλοντικά έργα. Αυτή η αποζημίωση αποτελεί μέρος μιας ισχυρής περιβαλλοντικής πολιτικής και δεν είναι προσβάσιμη σε όλες τις τουριστικές περιοχές. Επιπλέον, οι κίνδυνοι "πράσινου πλυσίματος" σε αυτό το είδος προσέγγισης είναι αρκετά υψηλοί (κίνδυνος "πληρωμής" για τον άνθρακα που εκπέμπεται για να απαλύνει τη συνείδησή του). Όταν η αντιστάθμιση του άνθρακα δεν αποτελεί επιλογή, ο τουρισμός σε ακτίνα 161 χιλιομέτρων από το σπίτι είναι μια ενδιαφέρουσα εναλλακτική που συμβάλλει σημαντικά στη μείωση των εκπομπών που προκαλούνται από τις μεταφορές.

Αν και είναι αλήθεια ότι μπορείτε να μολύνετε ενώ μένετε στο σπίτι, θα ήταν εντελώς περιττό να πετάξετε στην περιοχή σας. Οι διάφορες επικοινωνιακές εκστρατείες υπέρ του τοπικού τουρισμού υποστηρίζουν επίσης τη χρήση των λεγόμενων «ήπιων» μορφών κινητικότητας (ποδήλατα, σκούτερ, περπάτημα κ.λπ.) προκειμένου να μειωθεί ο οικολογικός αντίκτυπος του τουρισμού. Αυτή η επιθυμία να προωθηθούν τα μη ρυπογόνα μέσα μεταφοράς ενισχύει την ιδέα μιας οικολογικής προσέγγισης, η οποία είναι ήδη ισχυρή λόγω της σχέσης της με τον τοπικισμό.

6.4. Ο τουρισμός των συνηθισμένων τόπων και η τουριστική εμπειρία

Ωστόσο, η οικολογικά υπεύθυνη προσέγγιση δεν μπορεί να είναι ο μόνος καθοριστικός παράγοντας στην επιλογή ενός προορισμού. Μάλιστα, «η προσφορά ανακάλυψης πρέπει πρώτα απ' όλα να ανανεωθεί και να αποτελεί μια ασυνήθιστη στιγμή για τον ντόπιο επισκέπτη. Γι' αυτό η αναζήτηση εξαιρετικών στιγμών, νέων τόπων, «τοπικών ψηγμάτων» πρέπει να αποτελεί προϋπόθεση για τη δημιουργία της προσφοράς.

Σε μια εποχή που τα ταξίδια γίνονται όλο και πιο απομακρυσμένα, είναι σημαντικό να καθοριστούν τα στοιχεία που θα μπορούσαν να κάνουν έναν προορισμό στη γεωγραφική περιοχή του σπιτιού ελκυστικό για τον καταναλωτή του προϊόντος.

Η ελκυστικότητα του προορισμού για τον καταναλωτή του τουριστικού προϊόντος. Η ελκυστικότητα της περιοχής καταγωγής ως τουριστικού προορισμού εξαρτάται από δύο βασικά στοιχεία, δηλαδή τον τουρισμό συνηθισμένων τόπων και την ασυνήθιστη τουριστική εμπειρία.

Ο όρος «συνηθισμένος τόπος» είναι συνώνυμος με τον «μη τουριστικό μέρος» στο βαθμό που δεν χαρακτηρίζεται από κάποιο αξιόλογο στοιχείο που τον καθιστά ελκυστικό. Επομένως, η αύξηση της ελκυστικότητας και της τουριστικής πόλης αυτών των συνηθισμένων τόπων θα πρέπει να είναι οι κύριοι άξονες στους οποίους θα πρέπει να επικεντρωθεί η στρατηγική του τοπικού τουρισμού.

Αυτός ο «μεταμοντέρνος» τουρισμός «ανανεώνεται από τα φαινόμενα της επανεφεύρεσης και του υβριδισμού αναψυχής και γεωτουρισμού, που δίνουν υπερηφάνεια στην ετερογένεια των νέων τόπων που εισάγονται στον τουρισμό και στις νέες απόψεις, πρακτικές και δεσμούς που αναπτύσσονται εκεί.

Έτσι, με τη σωστή στρατηγική, κάθε «συνηθισμένο» μέρος μπορεί να γίνει τουριστικός προορισμός από μόνος του.

Ωστόσο, η στρατηγική του τουρισμού δεν μπορεί να επικεντρωθεί σε «αξιόλογα» μέρη γιατί αυτά τα μέρη αποτελούν μέρος της καθημερινότητας των κατοίκων και ως εκ τούτου είναι «συνηθισμένα» για αυτούς.

Εάν το περιβάλλον δεν μπορεί να αποτελέσει σημείο πώλησης, η στρατηγική τοποτουρισμού πρέπει να στραφεί σε άλλες δραστηριότητες.

Η ασυνήθιστη τουριστική εμπειρία είναι η πραγματική αιχμή του δόρατος του τοποτουρισμού, καθιστώντας δυνατή τη μετατροπή ενός συνηθισμένου τόπου σε ένα εξαιρετικό μέρος, δημιουργώντας δομικά στοιχεία για τον τοπικό καταναλωτή, διοργανώνοντας εκδηλώσεις ή ακόμα και αθλητικές δραστηριότητες. Ο στόχος αυτής της προσέγγισης είναι να σπάσει τους κώδικες βγάζοντας τον καταναλωτή από τη συνήθη ζωή του/της χωρίς να χρειάζεται να ταξιδέψει.

Το Paris Plages είναι ένα εξαιρετικό παράδειγμα εκδήλωσης που στοχεύει στον τοπικό τουρισμό/διαμονή. Πράγματι, όπως περιγράφει ο E. Lallement (2007), είναι μια «ασυνήθιστη αστική συσκευή στο ότι φέρνει κοντά δύο κόσμους (αυτόν της πόλης και αυτόν της παραλίας) ενώ τους κρατά σε απόσταση ο ένας από τον άλλον, διασφαλίζοντας παράλληλα ότι ο ένας δεν συγχωνεύεται στο άλλο». Ο E. Lallement εξηγεί επίσης το κύριο παράδοξο των Paris Plages ως εξής: «Όσο περισσότερο η παραλία είναι σκηνοθετημένη σε σημείο να εξαλείφεται η δυνατότητα κολύμβησης και να την αντικαθιστά με υδάτινα κλεισίματα του ματιού, τόσο περισσότερο η επιχείρηση αποκτά τη διάσταση της εκδήλωσης. Έτσι, είναι η απουσία της θάλασσας και η δυνατότητα κολύμβησης που θα δημιουργήσει όλο τον πλούτο της διοργάνωσης και θα προκαλέσει ελκυστικότητα.



Μια άλλη μορφή ασυνήθιστης τουριστικής εμπειρίας, που προσφέρεται κυρίως από τις μεγάλες πόλεις, είναι η εκ νέου ανακάλυψη του περιβάλλοντος. Σε αντίθεση με τη στρατηγική της Paris Plages, η οποία στοχεύει να κάνει τους Παριζιάνους να ξεχάσουν ότι βρίσκονται στο Παρίσι, η προσέγγιση εδώ συνίσταται στη συνοδεία του «τουρίστα» στο

περιβάλλον του βοηθώντας τον να ανακαλύψει μέρη που αποτελούν μέρος του καθημερινού του τοπίου αλλά των οποίων η ιστορία και ιδιαιτερότητες που δεν γνωρίζει, και μερικές φορές ακόμη και των οποίων την ύπαρξη δεν γνωρίζει. Αυτή η εκ νέου ανακάλυψη του καθημερινού χώρου τονίζεται καλά στο έργο του I. Diaz Soria (2018) για την πόλη της Βαρκελώνης, ο οποίος σημειώνει "το αυξανόμενο ενδιαφέρον για την ανακάλυψη της Βαρκελώνης από την πλευρά των κατοίκων της μητροπολιτικής της περιοχής. Η ανάπτυξη του τομέα της οι ξεναγήσεις που απευθύνονται κυρίως σε τοπικό κοινό είναι απόδειξη αυτού.

Η χωρική και χρονική ανάλυση της προσφοράς δείχνει επίσης ότι το ενδιαφέρον αφορά ειδικότερα τις ίδιες περιοχές που ενδιαφέρουν τους κλασικούς τουρίστες». Η μελέτη που έγινε από τον I. Diaz Soria εξετάζει επίσης τη συμπεριφορά των τουριστών (τοπικοί και συμβατικοί). Το αποτέλεσμα είναι ότι οι ντόπιοι τουρίστες τείνουν να τραβούν λιγότερες φωτογραφίες και να είναι πολύ πιο συμμετοχικοί από τους συμβατικούς τουρίστες.

Αυτή η ισχυρότερη συμμετοχή στην επίσκεψη μπορεί να εξηγηθεί από μια ισχυρότερη προσκόλληση στο μέρος που επισκέπτεται, το οποίο θα έχει διαφορετικό νόημα για κάθε άτομο ανάλογα με τις προσωπικές του εμπειρίες.

Σύμφωνα με τους επισκέπτες που πήραν συνέντευξη, η καθημερινή ζωή παίζει ρόλο στις εμπειρίες ανακάλυψής τους. Για τον Marc, τον Pedro, τον Martí, την Carolina, τον Meritxell και τον Miguel, όταν επισκέπτονται την πόλη τους, οι καθημερινές τους εμπειρίες συμβάλλουν με τον ένα ή τον άλλο τρόπο στο να νοηματοδοτήσουν αυτό που επισκέπτονται».

7. ΔΥΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΟΙΚΟΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

7.1. Οικοτουρισμός στις Σεϋχέλλες: περιορισμένος τουρισμός

Το αρχιπέλαγος των Σεϋχελλών στον Ινδικό Ωκεανό έχει 115 νησιά με συνολική χερσαία έκταση 455 km² και θαλάσσια περιοχή 1.336.559 km²! Αυτό δείχνει τη σημασία του ωκεανού για αυτό το κράτος... Κατοικείται από 87.000 κατοίκους, απόγονοι μεταναστών αφρικανικής, ευρωπαϊκής, κινεζικής ή ινδικής καταγωγής. Το ενενήντα τοις εκατό από αυτούς ζουν στο κύριο νησί Mahé. Το αρχιπέλαγος έχει ύψος 905 μέτρα, αλλά η ζωή είναι συγκεντρωμένη στην ακτή και οι οικονομικές δραστηριότητες συνδέονται με τη θάλασσα. Είναι το σπίτι σε δύο φυσικές τοποθεσίες που έχουν ταξινομηθεί από την UNESCO ως Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς: την Ατόλη Aldabra και το δάσος του Μαΐου, ένα πρωταρχικό τροπικό δάσος που βρίσκεται στο νησί Praslin. Αυτή η χώρα έχει αναπτύξει μια στρατηγική που βασίζεται στον περιορισμένο τουρισμό υψηλής ποιότητας σε ένα διατηρημένο περιβάλλον.



Ένα νησί στις Σεϋχέλλες, πηγή: Unsplash

7.2. Οικοτουρισμός στα Φίτζι: ξενοδοχεία φιλικά προς το περιβάλλον

Τα Φίτζι, μια δημοκρατία που αποτελείται από 322 νησιά σε 18.000 km² γης στη μέση του Ειρηνικού, βασίζεται επίσης ένα μεγάλο μέρος της οικονομίας τους στον τουρισμό, με 300.000 έως 400.000 επισκέπτες

ετησίως. Οι δύτες έρχονται για να θαυμάσουν τον εξαιρετικό πλούτο του κοραλλιογενούς υφάλου. Στον κόλπο Savusavu, ο Jean-Michel Cousteau - γιος του διάσημου διοικητή - έδωσε το όνομά του στο Fiji Island Resort. Σε συνεργασία με επιστημονικά ιδρύματα και τοπικές κοινότητες, έχει ξεκινήσει ένας προβληματισμός για την ανάπτυξη ενός οικολογικού τουρισμού με επίκεντρο τους ανθρώπους και τη φύση, και πραγματοποιούνται ανταλλαγές με τους κατοίκους.

Στο ξενοδοχείο, όλα είναι οικολογικά: τα απόβλητα ανακυκλώνονται και τα λύματα που επεξεργάζονται σε φίλτρα καρύδας επαναχρησιμοποιούνται για να ποτίσουν τον βιολογικό κήπο που τροφοδοτεί το εστιατόριο. Ένας βιολόγος διασφαλίζει τη διατήρηση της θαλάσσιας βιοποικιλότητας στη λιμνοθάλασσα. Το Fiji Island Resort έχει λάβει πολλά βραβεία για την προσέγγισή του στον οικολογικό τουρισμό. Άλλοι φορείς προσφέρουν κρουαζιέρες κατάδυσης στα Φίτζι με τη συμμετοχή οικολογικών εθελοντών που συμμετέχουν σε έργα διατήρησης του περιβάλλοντος. Συμφωνούν να χρηματοδοτήσουν εν μέρει τη διαμονή τους ενώ «εργάζονται» για τοπικά προγράμματα.

Ένα άλλο παράδειγμα ενός έργου οικοτουρισμού είναι το Coral Park Island Chumbe στα νοτιοδυτικά της Ζανζιβάρης. Σε αυτή τη θαλάσσια προστατευόμενη περιοχή, οι επισκέπτες ενθαρρύνονται να εξερευνήσουν τόσο το δάσος στο μικρό νησί Chumbe όσο και τα θαύματα του γύρω κοραλλιογενούς υφάλου. Στο νησί έχουν κατασκευαστεί επτά οικολογικά μπανγκαλόου. Είναι σχεδιασμένα να έχουν μηδενικό αντίκτυπο στη φύση: η ενέργεια τροφοδοτείται από ηλιακή ενέργεια, το νερό της βροχής συλλέγεται και φιλτράρεται φυσικά και οι τουαλέτες κομποστοποιούνται. Το τριάντα πέντε τοις εκατό των εσόδων από τον τουρισμό χρησιμοποιείται για εκπαιδευτικά έργα για τοπικά σχολεία, επιστημονικές μελέτες, προγράμματα παρακολούθησης και το έργο των δασοφυλάκων.



Ένα ξενοδοχείο στα Φίτζι, πηγή: Unsplash

- Camus, S., Hikkerova, L. & Sahut, J. (2010). Tourisme durable : une approche systémique. *Management & Avenir*, 34, 253-269.
- EU Ecolabel tourist accommodations, European Commission.
- World Wide Fund For Nature © 1986 Panda Symbol WWF – World Wide Fund For Nature (formerly World Wildlife Fund)
- Aurélie Condevaux, Géraldine Djament-Tran et Maria Gravari-Barbas,. « « Avant et après le(s) tourisms(s). Trajectoires des lieux et rôles des acteurs du tourisme « hors des sentiers battus » », 1 juillet 2016.
- Deprest, Florence. *Enquête sur le tourisme de masse : l'écologie face au territoire*. Mappemonde. Belin, 1997.
- Diaz Soria, Inmaculada. « L'expérience touristique de l'espace quotidien : le cas des visiteurs barcelonais. Géographie. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, » 2018.
- Hallem, Yousra, Jean-Michel Sahut, et Lubica Hikkerova. « Le “Slow tourisme” comme voie pour améliorer le sentiment de bien-être ». *Gestion 2000* 37, n° 3 (2020): 129-47.
- Le Gargasson C., Messaoudi D., Leriche F. « *Du tourisme de masse aux tourisms de masse*», *Géographie du tourisme*, A. Colin. Fagnoni Edith (éd.), 2017.
- Poulot, Monique. « Vous avez dit “locavore” ? De l'invention du locavorisme aux États-Unis ». *Pour* 215-216, n° 3-4 (2012): 349-54.
- Revue Espaces. « Staycation & Locatourisme », n° 353 (s. d.).

- Rose, Nick, Elena Serrano, Kathy Hosig, Carola Haas, Dixie Reaves, et Sharon M. Nickols-Richardson. « The 100-Mile Diet: A Community Approach to Promote Sustainable Food Systems Impacts Dietary Quality ». *Journal of Hunger & Environmental Nutrition* 3, n° 2-3 (25 août 2008): 270-85.
- Séguin, Gérard, et Emmanuelle Rouzet. *Marketing du tourisme durable*. Marketing sectoriel. Paris: Dunod, 2010.
- Yergeau, Marie-Ève. « Conservation, écotourisme et bien-être : leçons népalaises ». *Revue d'économie du développement* 23, n° 1 (2015): 129-65.

ΣΧΕΤΙΚΑ

Η Κοινότητα των δήμων της Νότιας Κορσικής (CCSC) είναι δημόσιος φορέας διαδημοτικής συνεργασίας (EPCI). Βρίσκεται στην Κορσική (Γαλλία) στο διαμέρισμα της Νότιας Κορσικής. Η έδρα της βρίσκεται στο Porto-Vecchio. Απασχολεί 80 άτομα.

Η επικράτειά του αποτελείται από 7 κοινότητες: Bonifacio, Figari, Lecci, Monacia-d'Aullene, Pianottoli-Caldareello, Porto-Vecchio και Sotta, με πληθυσμό 20.657 κατοίκους.

Οι 7 δήμοι του CCSC είναι υπεύθυνοι για τα δημόσια σχολεία που ιδρύονται στην επικράτειά τους. Μπορούν να οργανώσουν συμπληρωματικές εκπαιδευτικές, αθλητικές και πολιτιστικές δραστηριότητες εντός των σχολείων.

Το CCSC έχει συνολικά 19 αρμοδιότητες ομαδοποιημένες στα θέματα:

- Τουριστική ανάπτυξη
- Περιβάλλον και περιβάλλον διαβίωσης
- Αναπτυξιακός και οικονομικός σχεδιασμός

- Κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη και σχεδιασμός
- Χωροταξία
- Δρόμοι
- Στέγαση

Από την 1η Ιανουαρίου 2017, η CCSC έχει επίσης ανακτήσει τις αποστολές του Employment House of Southern Corsica, ιδίως όσον αφορά την απασχόληση, την κατάρτιση και την ένταξη νέων και προβληματικών κοινού.

Όλες οι δράσεις και τα έργα που υλοποιούνται από την Κοινότητα των Κοινοτήτων της Νότιας Κορσικής αποτελούν μέρος μιας προσέγγισης βιώσιμης και υπεύθυνης ανάπτυξης.

Υλοποιήθηκαν πολλές πρωτοβουλίες που αφορούν: την καθαρή κινητικότητα, το Climate Air Energy Plan (PCAET), τη διαχείριση απορριμμάτων, τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας, την παραγωγή φωτοβολταϊκών ενέργειας, τη διανομή λαμπτήρων LED, την καθαρή κινητικότητα με ηλεκτρικά ποδήλατα, τη διαχείριση υδάτινων περιβαλλόντων και την πρόληψη πλημμυρών και πολλά άλλα θέματα πάλι...

Το CCSC έχει βραβευτεί με το σήμα Positive Energy Territory for Green Growth. Στη Γαλλία, το Positive Energy Territory for Green Growth αναφέρεται στις νικήτριες περιοχές της πρόσκλησης για πρωτοβουλίες που ξεκίνησε από το Υπουργείο Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Θάλασσας στις 4 Σεπτεμβρίου 2014. Η περιοχή θετικής ενέργειας για την πράσινη ανάπτυξη είναι μια περιοχή αριστείας για ενεργειακή και οικολογική μετάβαση. Η κοινότητα έχει δεσμευτεί να μειώσει τις ενεργειακές ανάγκες των κατοίκων της, τα κτίρια, τις οικονομικές δραστηριότητες, τις μεταφορές και την αναψυχή. Προτείνει ένα παγκόσμιο πρόγραμμα για ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης, πιο νηφάλιο και πιο οικονομικό.

Στο πλαίσιο αυτό, πραγματοποιήθηκαν αρκετές επιχειρήσεις από την

CCSC: σταθμοί και ηλεκτρικά ποδήλατα στους δήμους, σταθμοί φόρτισης όλων των ηλεκτρικών οχημάτων. Όλα αυτά είναι μέτρα που δείχνουν ότι η CCSC είναι πρόθυμη να διατηρήσει και να ενισχύσει την περιβαλλοντική της κληρονομιά.



2. Πώς να ενθαρρύνετε την προώθηση και υιοθέτηση υγιεινών και βιώσιμων τροφίμων στο σύστημα φιλοξενίας και την προώθηση των τοπικών περιοχών

Coopérative d'activité et d'emploi
Petra Patrimonia Sud

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ένα από τα μαθήματα που αντλήθηκαν από την πανδημία Covid-19 είναι πώς η αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων και η ικανότητά της να ταΐζει τους ανθρώπους έχει γίνει μια μεγάλη πρόκληση. Κατά τη διάρκεια της υγειονομικής κρίσης, τα σύντομα κυκλώματα προμήθειας τροφίμων μπόρεσαν να καινοτομήσουν: οι ψαράδες και οι αγρότες πωλούν τα αλιεύματά τους και την παραγωγή τους απευθείας στους κατοίκους. Ήδη εδώ και χρόνια μεταξύ των πολιτών, η ανάγκη κατανάλωσης υγιεινών προϊόντων έχει επιταχυνθεί λόγω της υγειονομικής κρίσης και η κατανάλωση βιολογικών προϊόντων δεν είναι πλέον απλώς μια τάση. Οι απτές επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, όπως οι πυρκαγιές, οι πλημμύρες και η άνοδος της θερμοκρασίας σε όλο τον κόσμο, ευαισθητοποιούν τους ανθρώπους για τη σημασία της αλλαγής των αγοραστικών και καταναλωτικών συνηθειών τους και τη σκέψη για βιωσιμότητα. Οι προκλήσεις για την ενθάρρυνση της προώθησης και υιοθέτησης υγιεινών και βιώσιμων τροφίμων στο σύστημα φιλοξενίας και την προώθηση των τοπικών περιοχών είναι πολλαπλές τόσο για τα άτομα όσο και για το περιβάλλον και περιλαμβάνουν κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές προκλήσεις. Σε αυτό το κεφάλαιο, θα συζητήσουμε πώς να βελτιώσουμε την υποστήριξη των καταναλωτών για βιώσιμα και υγιεινά τρόφιμα, να καταπολεμήσουμε τη σπατάλη τροφίμων, να προστατεύσουμε και να ενισχύσουμε τη γεωργική γη ή να μετατρέψουμε υπάρχοντες χώρους σε κοινόχρηστους χώρους πλούσιους σε βιοποικιλότητα και, τέλος, να αυξήσουμε την ευαισθητοποίηση και να παράσχουμε τις απαραίτητες δεξιότητες και γνώσεις στους φορείς του ξενοδοχειακού κλάδου και την προώθηση περιοχών.

2. ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΓΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΙ ΥΓΙΕΙΝΗ ΤΡΟΦΗ

Το θέμα της βιώσιμης ανάπτυξης έχει επιβληθεί στην πολιτική και οικονομική ατζέντα σε παγκόσμιο επίπεδο. Είναι πλέον μια από τις αξίες που θέλουν να προωθήσουν οι άνθρωποι σε όλο τον κόσμο για να

οργανώσουν την ανάπτυξή τους. Αυτή η αύξηση της «δεσμευμένης» κατανάλωσης μπορεί να εξηγηθεί ως επί το πλείστον από το γεγονός ότι οι πολίτες θεωρούν την κατανάλωση ως χώρο κοινωνικής αμφισβήτησης. Οι καταναλωτές πρέπει να γνωρίζουν ότι είναι το κλειδί για βιώσιμα συστήματα τροφίμων, καθώς η ανάπτυξή τους εξαρτάται από τις αγοραστικές και καταναλωτικές τους συμπεριφορές. Πρώτα από όλα, πρέπει να προσδιοριστούν οι όροι της βιώσιμης και υγιεινής διατροφής. Λοιπόν, τι είναι ένα βιώσιμο σύστημα τροφίμων; Σύμφωνα με τον Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών (FAO), ένα βιώσιμο σύστημα τροφίμων είναι «ένα σύστημα τροφίμων που παρέχει επισιτιστική ασφάλεια και διατροφή για όλους με τέτοιο τρόπο ώστε οι οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές βάσεις να παράγουν επισιτιστική ασφάλεια και διατροφή για τις μελλοντικές γενιές δεν διακυβεύονται.» (Sustainable food systems- Concept and frame). Με άλλα λόγια, τα αειφόρα τρόφιμα είναι το σύνολο των διατροφικών πρακτικών που στοχεύουν στην παροχή τροφής στον άνθρωπο σε επαρκή ποιότητα



και ποσότητα, σεβόμενη τη βιωσιμότητα και να είναι οικονομικά προσβάσιμα και ανταποδοτικά σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων. Τώρα, τι σημαίνει υγιεινή διατροφή; Είναι μια πρακτική διατροφής που σας επιτρέπει να διατηρείτε ή να βελτιώστε τη γενική σας υγεία. Μια υγιεινή διατροφή σας παρέχει τα απαραίτητα θρεπτικά συστατικά που χρειάζεστε για να παραμείνετε υγιείς, να νιώθετε καλά και να έχετε ενέργεια: πρωτεΐνες υδατάνθρακες, λίπος, νερό, βιταμίνες και μέταλλα. Έχει ουσιαστικό ρόλο στην υγεία μας γιατί μειώνει τον κίνδυνο εμφάνισης ορισμένων χρόνιων ασθενειών και έτσι αυξάνει το προσδόκιμο ζωής.

Για να κατανοήσουν τις προκλήσεις και να παίξουν αυτόν τον σημαντικό ρόλο στη διαδικασία βελτίωσης του συστήματος τροφίμων, οι καταναλωτές πρέπει να υποστηρίζονται μέσω του λαβύρινθου που είναι το σύστημα τροφίμων, του οποίου η έλλειψη διαφάνειας συχνά και κυρίως διατηρείται από τις μεγάλες εταιρείες της βιομηχανίας τροφίμων.

Ωστόσο, υπάρχουν συστήματα που εφαρμόζονται από τη νομοθεσία για την επαλήθευση και την εγγύηση της ποιότητας και της προέλευσης των προϊόντων διατροφής, όπως το σύστημα ιχνηλασιμότητας των τροφίμων και η δια βίου μάθηση για να διδάξουν τους καταναλωτές να μάθουν πώς να τρέφονται και να διορθώνουν την καταναλωτική συμπεριφορά τους με αυτή την έννοια.

3. ΑΝΑΓΝΩΡΙΖΟΝΤΑΣ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ: ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΑΝΙΧΝΕΥΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΙΜΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον των καταναλωτών για τη βιωσιμότητα συνοδεύεται από την ανάγκη για ασφάλεια των τροφίμων ως απάντηση στους φόβους για την ασφάλεια των τροφίμων της δεκαετίας του 2000 (η «τρελή αγελάδα» το 1996, η «γρίπη των πτηνών» το 2005 ήταν οι πιο διάσημες αλλά έχουν εμφανιστεί αρκετές άλλες επιδημίες μέχρι στιγμής) που έχει συμβάλει σε έναν αυξανόμενο φόβο μεταξύ των καταναλωτών και στην επείγουσα ανάγκη για διαφάνεια στα τρόφιμα. Οι καταναλωτές πρέπει να είναι βέβαιοι ότι τα φρούτα και τα λαχανικά τους, το κρέας και τα ψάρια και τα συσκευασμένα τρόφιμα είναι ασφαλή για τους ίδιους ή/και τις οικογένειές τους. Θέλουν να γνωρίζουν την προέλευση, τα συστατικά στη σύνθεση των επεξεργασμένων προϊόντων και, όλο και περισσότερο, εάν η παραγωγή και η ανακύκλωση του προϊόντος ακολουθεί φιλικές προς το περιβάλλον διαδικασίες.

3.1. Έννοια της ιχνηλασιμότητας των τροφίμων

Η ιχνηλασιμότητα ή η ιχνηλασιμότητα προϊόντων ορίζεται από την Επιτροπή Codex Alimentarius, που ιδρύθηκε από τον FAO το 1963, ως «η ικανότητα παρακολούθησης της κίνησης ενός τροφίμου μέσω συγκεκριμένων σταδίων παραγωγής, επεξεργασίας και διανομής».

Ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης ορίζει την ιχνηλασιμότητα ως «την ικανότητα παρακολούθησης της κίνησης μιας ζωοτροφής τροφίμων μέσω συγκεκριμένων σταδίων παραγωγής, επεξεργασίας και διανομής» (ISO 22005/2007).

Η εφαρμογή ενός αποτελεσματικού συστήματος ιχνηλασιμότητας είναι απαραίτητη για να καθησυχαστούν οι πελάτες αλλά και για να επιτραπεί στους προμηθευτές και τους παραγωγούς να εντοπίσουν και να μπορέσουν να εξαλείψουν προϊόντα που διατρέχουν κίνδυνο για την ανθρώπινη υγεία ή να ανακαλέσουν προϊόντα σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού. Πιο συγκεκριμένα, είναι να επιτραπεί στους επαγγελματίες να παρακολουθούν τα τρόφιμα και να γνωρίζουν τις μετατροπές που έχουν υποστεί από τη φάρμα μέχρι το σημείο πώλησης. Στη βιομηχανία τροφίμων, η φρεσκάδα και η ποιότητα των προϊόντων είναι καθοριστικής σημασίας και μπορούν να καθορίσουν το μέλλον της επιχείρησής σας, είτε είναι παράγοντας επιτυχίας είτε αποτυχίας.

Η ιχνηλασιμότητα αντιμετωπίζει μια διπλή πρόκληση:

- Μια πρόκληση για συμμόρφωση:
 - συμμόρφωση με τις κανονιστικές απαιτήσεις: οι παραγωγοί είναι υπεύθυνοι για την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων των προϊόντων διατροφής που διαθέτουν στην αγορά
 - συμμόρφωση με τις επιχειρηματικές απαιτήσεις: ετικέτες, πρότυπα ή άλλες απαιτήσεις που απαιτούνται για την πώληση ενός προϊόντος
- Μια πρόκληση για τον ανταγωνισμό:

- ο προδιαγραφές και πρότυπα
- ο διεθνής ανταγωνισμός απαιτεί την απόδειξη της προέλευσης και της ιχνηλασιμότητας των προϊόντων

Η ιχνηλασιμότητα επιτρέπει στους παραγωγούς να αποδείξουν ότι ελέγχουν τις εισροές (τόπος διεξαγωγής, περιβάλλον, αποθήκευση, υλικό και εξοπλισμός, διαδικασίες εργασίας, εργατικό δυναμικό) και πρακτικές (συμμόρφωση με τις Καλές Πρακτικές: Υγιεινή, Αποθήκευση, Επεξεργασία).

Πρέπει να διευκρινιστούν δύο σημαντικές διακρίσεις όσον αφορά την ιχνηλασιμότητα:

- ο **Εσωτερική έναντι εξωτερικής ιχνηλασιμότητας:** Είναι απαίτηση για τους μεταποιητές τροφίμων, τους συσκευαστές, τους διανομείς και άλλους στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων να διατηρούν διαδικασίες που συνδέουν τις ταυτότητες των πρώτων υλών με αυτές των τελικών προϊόντων. Στη συνέχεια, στο προϊόν πρέπει να δοθεί ένα μοναδικό αναγνωριστικό προϊόντος. Για να διασφαλιστεί η ιχνηλασιμότητα, πρέπει να καταγραφεί η σύνδεση μεταξύ αυτού του νέου προϊόντος και όλου του αρχικού υλικού του. Ενώ η εξωτερική ιχνηλασιμότητα αναφέρεται στη μοναδική αναγνώριση όλων των ανιχνεύσιμων ειδών εκτός μιας επιχειρηματικής οντότητας, σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού. Η εξωτερική ιχνηλασιμότητα εκτείνεται από τον αρχικό προμηθευτή έως τον τελικό πελάτη.
- ο **Ανιχνευσιμότητα προς τα πίσω έναντι προς τα εμπρός:** Η ιχνηλασιμότητα προς τα πίσω περιλαμβάνει την επιστροφή στην πηγή ενός προϊόντος για την εύρεση του μολυσμένου συστατικού ή προϊόντος, ενώ η ιχνηλασιμότητα προς τα εμπρός περιλαμβάνει ανυπομονησία να δούμε οπουδήποτε χρησιμοποιήθηκε αυτή η μολυσμένη παρτίδα/προϊόν.

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ο κανονισμός του Γενικού Νόμου για τα

Τρόφιμα απαιτεί από τις εταιρείες να μπορούν να εντοπίζουν και να παρακολουθούν τρόφιμα, ζωοτροφές και συστατικά σε όλη τη διαδικασία παραγωγής, επεξεργασίας και διανομής. Για να ενθαρρυνθεί ένας βιώσιμος και υπεύθυνος τομέας τροφίμων αλλά και να εξαλειφθεί αυτή η έλλειψη εμπιστοσύνης μεταξύ της βιομηχανίας και των καταναλωτών, η ιχνηλασιμότητα είναι η τέλεια λύση.

Οι εταιρείες μπορούν να επιλέξουν να συμμετέχουν σε μη υποχρεωτικά ιδιωτικά συστήματα προτύπων όπως η Παγκόσμια Πρωτοβουλία για την Ασφάλεια των Τροφίμων (GFSI) ή τα Διεθνή Πρότυπα Τροφίμων (IFS). Αυτές οι εταιρείες στοχεύουν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις της βιομηχανίας τροφίμων να διασφαλίσουν την ασφάλεια των τροφίμων και την ποιότητα των διαδικασιών και των προϊόντων. Ένα λογότυπο και ένα πιστοποιητικό θα εκδοθούν μετά την εφαρμογή των προτύπων και των συστάσεων τους, τα οποία μπορούν να βοηθήσουν στην ενίσχυση της φήμης της εταιρείας ως κατασκευαστή ασφαλών, υψηλής ποιότητας προϊόντων και έτσι να καθησυχάσουν τους πελάτες ότι είστε σοβαροί.



Όσον αφορά την ιχνηλασιμότητα των τροφίμων, οι ευρωπαϊκοί κανονισμοί γίνονται ολοένα και πιο αυστηροί όσον αφορά τους επαγγελματίες, προκειμένου να διασφαλιστεί πλήρης διαφάνεια για τους καταναλωτές.

Ο νόμος επιβάλλει υποχρέωση ιχνηλασιμότητας στον κλάδο του κρέατος, από τη γέννηση του ζώου μέχρι την κατανάλωσή του: από το «πηρούνι στο πιάτο».

Για τους άλλους τομείς των τροφίμων, η ιχνηλασιμότητα είναι μια εθελοντική διαδικασία, η οποία ωστόσο είναι απαραίτητη για τη διασφάλιση της ποιότητας για τους καταναλωτές. Ο όγκος των

πληροφοριών που πρέπει να συλλεχθούν και να αποθηκευτούν μπορεί να είναι εντυπωσιακός, γι' αυτό πρέπει να τεθεί σε εφαρμογή ένα αποτελεσματικό σύστημα ιχνηλασιμότητας.

3.2. Προώθηση του βιώσιμου συστήματος τροφίμων

Ένα σύστημα είναι «ένα σύνολο δυναμικά αλληλεπιδρώντων στοιχείων, οργανωμένων σύμφωνα με έναν στόχο» (De Rosnay, 1975). Τι γίνεται με ένα σύστημα διατροφής;

Ένα βιώσιμο σύστημα τροφίμων (SFS) μπορεί να οριστεί ως ένα εδαφικό δίκτυο συνεργασίας που ενσωματώνει την παραγωγή, επεξεργασία, διανομή και κατανάλωση τροφίμων καθώς και τη διαχείριση των υπολειμματικών υλικών, με στόχο την ενίσχυση της περιβαλλοντικής, οικονομικής και κοινωνικής υγείας των κοινότητας. Περιλαμβάνει φορείς, δραστηριότητες και υποδομές που υποστηρίζουν την επισιτιστική ασφάλεια ενός πληθυσμού και βασίζεται στην εδαφική διακυβέρνηση των τροφίμων.

Συγκεκριμένα, σε ένα βιώσιμο σύστημα τροφίμων, σημάδια αλλαγής στο σύστημα τροφίμων μπορούν να παρατηρηθούν σε διαφορετικά επίπεδα:

- Περισσότερες οικολογικές γεωργικές πρακτικές: βιολογική, αστική γεωργία, κοινόχρηστοι κήποι κ.λπ.
- Τοπικά κανάλια μάρκετινγκ: άμεσες πωλήσεις, τοπικά δίκτυα τροφίμων, οργανώσεις παραγωγών κ.λπ.
- Πρωτοβουλίες για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων: επαναχρησιμοποίηση αλληλεγγύης, κουζίνες επεξεργασίας κ.λπ.
- Πολιτικές και προγράμματα που ενθαρρύνουν δίκαιες και υγιεινές επιλογές τροφίμων

Η ανάγκη για μια δυναμική συνεργασίας μεταξύ των οργανισμών στην ίδια περιοχή συνεπάγεται επίσης έναν μετασχηματισμό του συστήματος τροφίμων. Αυτή η συνεργασία πρέπει να προσανατολίζεται σε κοινές αξίες που τείνουν να εκπληρώσουν τους ακόλουθους στόχους: διαφάνεια στις ανταλλαγές, οικονομία εγγύτητας, ισότητα μεταξύ των γενεών, ανθεκτικότητα στα τρόφιμα σε περίπτωση κρίσης κ.λπ. Είναι επίσης απαραίτητο να εφαρμοστούν διεθνώς αναγνωρισμένοι δείκτες για την αξιολόγηση της βιωσιμότητας του συστήματος τροφίμων. Οι κοινότητες πρέπει να το λάβουν υπόψη για να αναλάβουν δράση.



Η ΑΓΡΟΟΙΚΟΛΟΓΙΑ είναι η εφαρμογή οικολογικών εννοιών και αρχών που βασίζονται στις λειτουργικές λειτουργίες των οικοσυστημάτων για τη βελτιστοποίηση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ φυτών, ζώων, ανθρώπων και του περιβάλλοντος, λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη κοινωνικές πτυχές για να καταστεί δυνατό ένα βιώσιμο και δίκαιο σύστημα τροφίμων. Η Αγροοικολογία είναι μια πολλά υποσχόμενη ολοκληρωμένη και ολιστική προσέγγιση για τον μετασχηματισμό των συστημάτων τροφίμων, αντιμετωπίζοντας ζητήματα που σχετίζονται με τα συστήματα παραγωγής και εμπορίας τροφίμων και γεωργικών προϊόντων με συστημικό τρόπο μέσα σε ένα ευνοϊκό περιβάλλον πολιτικής. Οι αγροοικολογικές πρακτικές είναι όλο και πιο δημοφιλείς μεταξύ των οργανώσεων παραγωγών, συμπεριλαμβανομένων των οικογενειακών αγροτών, των αγροτών (αγροτική γεωργία) και των παραδοσιακών κοινοτήτων, για τη διατήρηση και την αειφόρο προστασία της βιοποικιλότητας και των φυσικών πόρων, την οικοδόμηση γνώσης μέσω της συνδημιουργίας και της ανταλλαγής και

τη βελτίωση της διακυβέρνησης. Η αγροοικολογία επαναφέρει την ποικιλότητα στα συστήματα γεωργικής παραγωγής και ενθαρρύνει την ποικιλότητα του τοπίου (π. Τα αγροοικοσυστήματα βελτιώνουν την αποτελεσματικότητα των πρακτικών για τη μείωση της χρήσης ακριβών, σπάνιων ή επιβλαβών για το περιβάλλον εισροών και ενθαρρύνουν την υποκατάσταση των εντατικών εισροών από τις οικοσυστημικές λειτουργίες της βιοποικιλότητας.

Η επίτευξη αγρο-οικολογικών μεταβάσεων μπορεί να μετατρέψει τα σημερινά συστήματα σε βιώσιμα και ανθεκτικά συστήματα τροφίμων που επιτρέπουν σε όλους να έχουν πρόσβαση σε ποιοτικά, υγιεινά και ασφαλή τρόφιμα και να παράγουν βιώσιμα.

4.ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ

Στο πλαίσιο ενός πιο οικολογικού τροφίμου και ιδιαίτερα σε αυτό της υιοθέτησης ενός βιώσιμου συστήματος τροφίμων, είναι σημαντικό, εκτός από την αλλαγή των τρόπων παραγωγής, διανομής, μεταφοράς και συναφών πολιτικών, οι καταναλωτές να εξελίσσονται σωματική και ψυχική σχέση με το φαγητό.

Σε ένα πλαίσιο όπου η υπεραφθονία και η ικανοποίηση των άμεσων αναγκών έχουν καθαγιάσει την εμφάνιση της υπερκατανάλωσης και του υπερατομικισμού, οι καταναλωτές, που παραμένουν πολίτες πάνω απ' όλα, πρέπει τώρα να αντιμετωπίσουν περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά ζητήματα που δεν μπορούν πλέον να αγνοήσουν. Για να αναπτυχθούν βιώσιμα συστήματα τροφίμων και να προσφέρουν μια εναλλακτική λύση στο βιομηχανικό σύστημα αγροδιατροφής που επικράτησε τις τελευταίες δεκαετίες, είναι απαραίτητο οι καταναλωτές να εκπαιδεύονται για τα τρόφιμα καθ 'όλη τη διάρκεια της ζωής τους, τόσο για την υγεία τους όσο και για τη διατήρηση του περιβάλλοντος και των πόρων.

4.1. Προώθηση της υγιεινής διατροφής

Η ανάγκη προώθησης της διατροφικής εκπαίδευσης μπορεί να έχει ως κίνητρο τον ισχυρό αντίκτυπο των τροφίμων γενικά στην υγεία, τις μεγάλες ανισότητες στην υγεία που μπορεί να προκύψουν από μικρή ηλικία και τους κινδύνους του νέου τρόπου ζωής.

Εκτός από την επιλογή τροφής, τα ζητήματα περιλαμβάνουν διατροφικά πρότυπα, τα οποία είναι σημαντικοί παράγοντες για τις ανισότητες στην υγεία σε συνδυασμό με την έλλειψη φυσικής δραστηριότητας που είναι εγγενής στους καθιστικούς πληθυσμούς.

Ωστόσο, ο υποσιτισμός παραμένει, ιδιαίτερα στις πιο ευάλωτες και μειονεκτούσες κοινωνικές ομάδες. Ο υποσιτισμός δεν πρέπει να συγχέεται με τον υποσιτισμό, καθώς περιλαμβάνει επίσης καταστάσεις υπερβολικών θερμίδων ή διατροφικών ανισορροπιών.

Η υγιεινή διατροφή βοηθά στην προστασία από όλες τις μορφές υποσιτισμού, καθώς και από μη μεταδοτικές ασθένειες όπως ο διαβήτης, οι καρδιακές παθήσεις, το εγκεφαλικό και ο καρκίνος.

Ωστόσο, στις χώρες της ΕΕ, όπως και στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες, η τάση να καταναλώνονται όλο και περισσότερα λιπαρά, ζαχαρούχα και υπερεπεξεργασμένα προϊόντα είναι η πηγή ασθενειών με ιδιαίτερα υψηλό κοινωνικό κόστος, όπως η παχυσαρκία ή ο διαβήτης. Οι προκύπτουσες διατροφικές ανισορροπίες στις δίαιτες μπορούν να εξηγηθούν από την κακή κατανομή της πρόσληψης τροφής κατά τη διάρκεια της ημέρας και τον πολλαπλασιασμό των περιόδων σνακ.

Ταυτόχρονα, η ανάγκη αντιμετώπισης θεμάτων δημόσιας υγείας και βιώσιμης ανάπτυξης αυξάνεται: ο κλάδος της φιλοξενίας πρέπει να συμβάλει στην προώθηση βιώσιμων και υγιεινών τροφίμων καθώς προσφέρει πολλά οφέλη. Η έρευνα δείχνει ότι οι επιχειρήσεις τροφίμων του κλάδου της φιλοξενίας που έχουν δεσμευτεί να προωθήσουν πρωτοβουλίες υγιεινής και βιώσιμης διατροφής βλέπουν μια αύξηση στην πρόθεση επισκέψεων πελατών. Εκτός από αυτή την αύξηση των πιθανών

πελατών, δημιουργεί μια υγιή ή βιώσιμη πράσινη εικόνα για το εστιατόριο.

4.2.Περισσότερο βιώσιμοι τρόποι κατανάλωσης

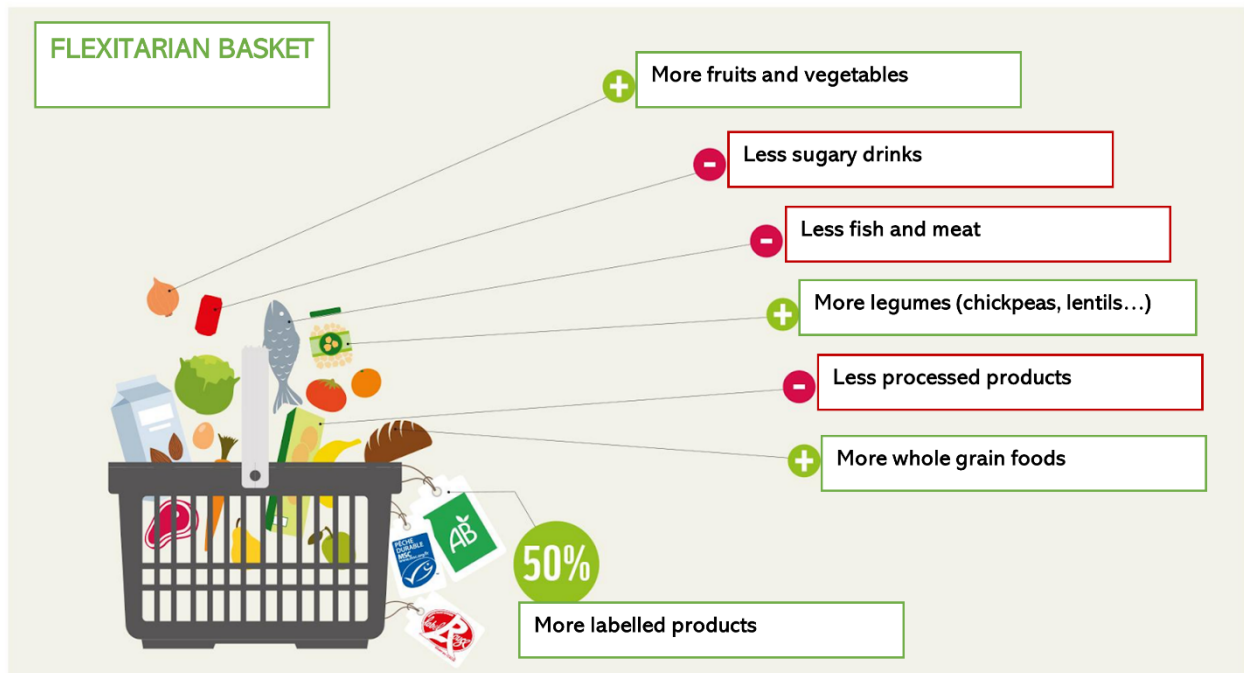
Ένα καλάθι ευελιξίας είναι ένα καλάθι τροφίμων που περιλαμβάνει ένα μείγμα τροφών φυτικής προέλευσης και ζωικής προέλευσης. Έχει σχεδιαστεί για άτομα που ακολουθούν μια ευέλικτη δίαιτα, η οποία είναι μια δίαιτα που αποτελείται κυρίως από τρόφιμα φυτικής προέλευσης αλλά περιλαμβάνει περιστασιακά μικρές ποσότητες τροφών ζωικής προέλευσης.

Ένα καλάθι ευελιξίας μπορεί να περιλαμβάνει μια ποικιλία από λαχανικά, φρούτα, όσπρια, ξηρούς καρπούς, σπόρους και δημητριακά, καθώς και μικρότερες ποσότητες γαλακτοκομικών, αυγών και κρέατος. Ο στόχος ενός καλαθιού ευελιξίας είναι να παρέχει ένα ισορροπημένο και θρεπτικό μείγμα τροφίμων που καλύπτουν τις διατροφικές ανάγκες των ατόμων που ακολουθούν μια ευέλικτη δίαιτα.

Μερικά παραδείγματα αντικειμένων που μπορεί να συμπεριληφθούν σε ένα καλάθι ευελιξίας περιλαμβάνουν:

- Φρούτα: Μήλα, μπανάνες, μούρα, πορτοκάλια, αχλάδια κ.λπ.
- Λαχανικά: Φυλλώδη πράσινα, πιπεριές, καρότα, ντομάτες, σκουός κ.λπ.
- Δημητριακά: Δημητριακά ολικής αλέσεως όπως κινόα, βρώμη και καστανό ρύζι, καθώς και ψωμί ολικής αλέσεως, ζυμαρικά και δημητριακά.
- Όσπρια: Φασόλια, φακές, ρεβίθια κ.λπ.
- Ξηροί καρποί και σπόροι: Αμύγδαλα, κάσιους, σπόροι κολοκύθας κ.λπ.

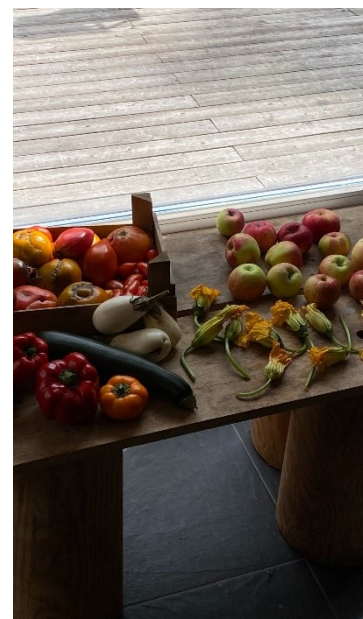
- Γαλακτοκομικά: Γάλα, τυρί, γιαούρτι κ.λπ.
- Αυγά
- Κρέας: Κοτόπουλο, μοσχάρι, χοιρινό, ψάρι κ.λπ



Ευέλικτο καλάθι

5. ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ ΤΗΣ ΣΠΑΤΑΛΗΣ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Τα απόβλητα τροφίμων τροφοδοτούν την κλιματική αλλαγή και ευθύνονται μαζί με την απώλεια τροφής για το 6% των παγκόσμιων εκπομπών αερίων θερμοκηπίου (GHG) 1 (Poore & Nemecek). Η σπατάλη τροφίμων είναι μια μεγάλη πρόκληση για όλες τις χώρες σε όλο τον κόσμο. Τα απορρίμματα τροφίμων έχουν σοβαρές περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις, όπως αερίων του θερμοκηπίου, ρύπανση, λειψυδρία, αυξημένο αποτύπωμα άνθρακα, φτώχεια, παγκόσμια πείνα, κινδύνους για την υγεία...



Το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων

Εθνών (UNEP) εκτιμά ότι 931 εκατομμύρια τόνοι τροφίμων, δηλαδή το 17% του συνόλου των τροφίμων που διατίθενται στους καταναλωτές το 2019, έχουν πεταχτεί σε κάδους σύμφωνα με την έρευνα του UNEP (Food Waste Index Report 2021).

Στην ΕΕ, η σπατάλη τροφίμων υπολογίζεται σε 173 κιλά ανά άτομο κάθε χρόνο και οι υπηρεσίες τροφίμων δημιουργούν το 12% των συνολικών απορριμμάτων τροφίμων.

5.1. Καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων σε επίπεδο παραγωγής

Αν και αυτή η διάσταση της σπατάλης τροφίμων δεν είναι άμεση ευθύνη της βιομηχανίας φιλοξενίας, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι τα παραγόμενα τρόφιμα σπαταλούνται πριν καν φύγουν από το αγρόκτημα. Η έκθεση Driven to Waste που εκδόθηκε από το WWF-UK και την Taleco το 2021 δείχνει ότι 1,2 δισεκατομμύρια τόνοι τροφίμων που παράγονται παγκοσμίως χάνονται κατά τη συγκομιδή ή τη σφαγή, που αντιπροσωπεύει το 15,3% των τροφίμων που παράγονται παγκοσμίως. Η έκθεση επισημαίνει επίσης ότι αυτή η απώλεια τροφίμων είναι ένα πρόβλημα που αγνοείται στην Ευρώπη και σε άλλες βιομηχανικές χώρες. Επικρίνει επίσης το γεγονός ότι η ΕΕ δεν αντιμετωπίζει αυτό το πρόβλημα με τρόπο που θα βάλει τέλος σε αυτό και ότι εστιάζει υπερβολικά στο επίπεδο μετά την παραγωγή. Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που εξηγούν την απώλεια τροφίμων σε αυτό το πρώιμο στάδιο της αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων, όπως τα υπερβολικά αυστηρά αισθητικά πρότυπα για τα αγροτικά προϊόντα, οι κακές συνθήκες εργασίας και οι δυσλειτουργικές αγορές και πολιτικές.

Εκτός από αυτά τα πρότυπα και τα ζητήματα πολιτικής, η εκμηχάνιση και η υπερπαραγωγή εμπλέκονται στη σπατάλη τροφίμων, επειδή ενώ φέρνουν καινοτομία και αυξάνουν την παραγωγή, δημιουργούν επίσης απορρίμματα όταν τυγχάνουν κακής διαχείρισης. Οι κατασκευαστές θα πρέπει να βελτιστοποιήσουν τις διαδικασίες τους εξετάζοντας τα

ακόλουθα τρία στάδια:

- 1. Προσδιορισμός περιοχών αποβλήτων:** Η συμμετοχή σε μια διαδικασία μείωσης των απορριμμάτων τροφίμων περιλαμβάνει τη μέτρηση των παραγόμενων αποβλήτων και τον προσδιορισμό της προέλευσής τους. Για να γίνει αυτό, η εφαρμογή ενός σχεδίου παρακολούθησης και μέτρησης είναι ζωτικής σημασίας. Αυτό το σχέδιο θα πρέπει να περιλαμβάνει την εγκατάσταση, τις διαδικασίες και τον εξοπλισμό, καθώς και επιθεωρήσεις και επιθεωρήσεις.
- 2. Εφαρμογή βελτιώσεων:** Μόλις εντοπιστούν περιοχές απορριμμάτων, είναι ζωτικής σημασίας να εφαρμοστούν βελτιώσεις για τη σημαντική μείωση της σπατάλης τροφίμων. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι βελτιστοποίησης των διαδικασιών για τη μείωση των απορριμμάτων:
 - Εξάλειψη περιττών διαδικασιών: όταν μια διαδικασία είναι άχρηστη πρέπει να εξαιρεθεί γιατί έχει κόστος και δημιουργεί περιττά απόβλητα.
 - Βελτίωση εισροών: Τα απόβλητα μπορούν να αποδοθούν σε μια συγκεκριμένη διαδικασία, ενώ είναι μια ελαττωματική διαδικασία ανάντη που προκαλεί απόβλητα σε μεταγενέστερο στάδιο. Η αναθεώρηση της ποιότητας των εισροών είναι ζωτικής σημασίας σε αυτό το στάδιο.
 - Εκπαίδευση και ευαισθητοποίηση του προσωπικού: Το προσωπικό πρέπει να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο και ευαισθητοποιημένο στα απόβλητα τροφίμων, διαφορετικά όλες οι βελτιώσεις σας θα είναι άχρηστες και αναποτελεσματικές.
 - Ελαχιστοποίηση απωλειών: Μερικά απόβλητα μπορούν να αποφευχθούν με επανεπεξεργασία ή μεταφορά για χρήση σε άλλους χώρους

- Επανασχεδιασμός διαδικασίας ή/και εκσυγχρονισμός εξοπλισμού: Όταν μια διαδικασία εξακολουθεί να αποτελεί πρόβλημα, η αναβάθμιση ή ο επανασχεδιασμός του εξοπλισμού είναι μια επιλογή, ακόμη και αν είναι δαπανηρή, θα μπορούσε να οδηγήσει σε βελτιώσεις ποιότητας και προστιθέμενη αξία.
- Βελτίωση παραγωγής ή επανασχεδιασμός προϊόντος: Για να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα μιας διαδικασίας, μερικές φορές είναι απαραίτητο να τροποποιηθεί μια παραγωγή ή ένα προϊόν.

3. Μετατρέψτε τη ροή αποβλήτων σε ροή εισοδήματος: Όταν η παραγωγή αποβλήτων είναι αναπόφευκτη, υπάρχουν άλλες ροές και αποτελούν ευκαιρίες για να εκτιμήσετε τα απόβλητά σας. Υπάρχει αγορά για ποιοτικές αστοχίες. Το να είσαι μέρος της κυκλικής οικονομίας βοηθά στη διατήρηση των πόρων σε χρήση για όσο το δυνατόν περισσότερο και τα επιχειρηματικά μοντέλα κυκλικής οικονομίας είναι αποτελεσματικά για τη δημιουργία νέων ροών εισοδήματος και τη διαφοροποίηση της επιχείρησης.

Σε επίπεδο παραγωγής, η μείωση της σπατάλης τροφίμων συνεπάγεται καινοτομία τόσο όσον αφορά τα μηχανήματα όσο και το προσωπικό και την αλλαγή των προτύπων αισθητικής. Ωστόσο, αυτό το τελευταίο σημείο απαιτεί ριζική αλλαγή νοοτροπίας και συμπεριφοράς από την πλευρά των καταναλωτών. Ο κλάδος της φιλοξενίας μπορεί να συμμετάσχει σε αυτήν την αλλαγή επηρεάζοντας τα μεταγενέστερα στάδια της τροφικής αλυσίδας, δηλαδή τα επίπεδα επεξεργασίας, αγοράς και κατανάλωσης. At the production level, reducing food waste involves innovation both in terms of machines and personnel, and changing aesthetics standards. However, this last point requires a radical change of mentality and behavior on the part of consumers. The hospitality industry can participate in this change by impacting the later stages of the food chain, namely the processing, purchasing and consumption levels.

ΚΥΡΙΕΣ ΑΙΤΙΕΣ ΣΠΑΤΑΛΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Παραγωγή	Μηχανοποίηση, Διαλογή (όψη, μέγεθος, σχήμα), Υγειονομικά προβλήματα
Επεξεργασία	Ταξινόμηση (μέθοδοι και αισθητική), Αποθήκευση
Διανομή	Διαχείριση τμήματος, προβλέψεις πωλήσεων
Κατανάλωση	Διατήρηση προϊόντος
Κατανάλωση	Προβλέψεις πωλήσεων

5.2. Καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων στο στάδιο της επεξεργασίας

Η προετοιμασία των τροφίμων όσον αφορά τα απορρίμματα τροφίμων είναι ένα κρίσιμο βήμα στον κλάδο της φιλοξενίας, καθώς η ποιότητα της αποθήκευσης, επεξεργασίας και χρήσης των τροφίμων θα έχει αντίκτυπο στη δημιουργία απορριμμάτων. Αυτό είναι ένα βασικό βήμα για την καταπολέμηση της σπατάλης και της απώλειας τροφίμων για το οποίο πρέπει να καταβληθεί μεγάλη προσπάθεια, διότι μπορεί να επιτύχει πολύ καλά αποτελέσματα και άμεσο αντίκτυπο στη διαχείριση των απορριμμάτων τροφίμων.

Η κύρια πρόκληση κατά την προετοιμασία γευμάτων στον κλάδο της φιλοξενίας είναι να γνωρίζουμε πόσο προϊόν πρέπει να προετοιμάσουμε για να διασφαλίσουμε ότι όλοι οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι. Ωστόσο, η ζήτηση των καταναλωτών παρουσιάζει διακυμάνσεις και ένα προϊόν που είχε υψηλή ζήτηση σε μια υπηρεσία μπορεί να έχει χαμηλή ζήτηση σε μια άλλη. Η υπερπαραγωγή θα έχει ως αποτέλεσμα τη μεγάλη αύξηση της

σπατάλης και της αλλοίωσης των τροφίμων.

Στο στάδιο της επεξεργασίας, για να αποφευχθεί αυτή η υπερπαραγωγή, οι διαχειριστές πρέπει να έχουν την πιο ακριβή εκτίμηση της ποσότητας της ζωτροφής που απαιτείται. Η γνώση των αναγκών των πελατών της εταιρείας θα εκτιμηθεί με τη συλλογή δεδομένων. Έχοντας μια εκτίμηση όσο το δυνατόν πιο κοντά στην πραγματικότητα της επιχείρησης επιτρέπει την παραγωγή μιας προσαρμοσμένης ποσότητας τροφής και τη μείωση της σπατάλης τροφίμων σε αυτό το στάδιο. Για να το κάνετε αυτό, είναι σημαντικό να τηρείτε αρχείο για το τι φαγητό έχει πεταχτεί έξω.

Λάβετε υπόψη ότι ορισμένα προϊόντα μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν αντί να πεταχτούν, όπως φλούδες φρούτων και λαχανικών (τηγανητά, μαρμελάδες κ.λπ.).



Ο έλεγχος των μεγεθών της μερίδας είναι επίσης σημαντικός για να αποφύγετε τα υπολείμματα φαγητού στο πιάτο που τελικά καταλήγουν στον κάδο. Η προσφορά φιλικών προς το περιβάλλον συσκευασιών στους

καταναλωτές για να φέρουν τα μη καταναλωμένα τρόφιμα στο σπίτι θα πρέπει να υλοποιείται σε συνδυασμό με τον έλεγχο των μεγεθών της μερίδας.

Η συμμόρφωση με τους κανονισμούς για την ασφάλεια των τροφίμων είναι επίσης σημαντική, ειδικά όσον αφορά την αποθήκευση.

Είναι σημαντικό να διασφαλίζεται ότι ο ψυκτικός εξοπλισμός, όπως τα ψυγεία και οι καταψύκτες, παρακολουθείται τακτικά και ότι η θερμοκρασία τους μετράται και ελέγχεται πολλές φορές την ημέρα χρησιμοποιώντας τα όργανα ελέγχου του εξοπλισμού, αλλά κυρίως σύμφωνα με ένα θερμόμετρο τοποθετημένο μέσα σε κάθε μονάδα που παράγει κρύο. Αυτό διασφαλίζει ότι η θερμοκρασία στη μονάδα διατηρείται στο βέλτιστο επίπεδο και ότι ο χρόνος κατανάλωσης των αποθηκευμένων τροφίμων βελτιστοποιείται. Το προσωπικό πρέπει να γνωρίζει τις βέλτιστες θερμοκρασίες αποθήκευσης για τα προϊόντα, ιδιαίτερα για τα νωπά και κατεψυγμένα προϊόντα, οι οποίες πρέπει να παρακολουθούνται αυστηρά λόγω των κινδύνων για την υγεία σε περίπτωση κακής διαχείρισης και της ευθραυστότητας αυτών των προϊόντων, τα οποία πρέπει να απορριφθούν εάν δεν αποθηκεύονται στις συνιστώμενες θερμοκρασίες.

Η αποθήκευση φρέσκων τροφίμων σε αυτές τις μονάδες πρέπει να επιτρέπει αποτελεσματικό αερισμό και ομοιόμορφη ψύξη. Ογκώδη προϊόντα που εμποδίζουν την κυκλοφορία του ψυχρού αέρα μπορεί να επηρεάσουν τη θερμοκρασία της μονάδας ψύξης και έτσι να θέσουν σε κίνδυνο τον έλεγχο της θερμοκρασίας.



5.3. Καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων στο στάδιο της επεξεργασίας

- **Περιορίστε τις αγορές**

Είναι απαραίτητο να περιορίσετε τις αγορές τροφίμων σας στο ελάχιστο. Μία από τις βασικές καλές πρακτικές για την καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων είναι ο αποτελεσματικός σχεδιασμός των τροφίμων. Αυτός ο προγραμματισμός συνίσταται κυρίως στον έλεγχο της κατάστασης των αποθεμάτων και στον προγραμματισμό των πιάτων που θα σερβιριστούν. Πριν πάτε στον προμηθευτή σας ή κάνετε μια παραγγελία, είναι απαραίτητο να συντάξετε μια λίστα με τα γεύματα που θα σερβίρετε την περίοδο για την οποία αγοράζετε (ημέρες, εβδομάδα, μήνας). Από αυτή τη λίστα, θα χρειαστεί μια λίστα συστατικών για την προετοιμασία των πιάτων. Στη συνέχεια, είναι απαραίτητο να ελέγξετε ποια συστατικά υπάρχουν σε απόθεμα και ποια μπορούν να αφαιρεθούν από τη λίστα αγορών εάν είναι απαραίτητο.

Ωστόσο, αυτές οι ενέργειες σχεδιασμού είναι αδιαχώριστες και μπορούν να εναλλάσσονται, καθώς είναι εξίσου συνετό να συντάσσεται ο κατάλογος γευμάτων από τα διαθέσιμα προϊόντα και να λαμβάνονται υπόψη οι σύντομες ημερομηνίες ορισμένων προϊόντων, όπως για παράδειγμα τα φρέσκα προϊόντα.

Οι ποσότητες των προϊόντων που αγοράζονται θα πρέπει να βασίζονται στον όγκο των πωλήσεων. Η παρακολούθηση των προϊόντων που πουλάει η εταιρεία είναι ζωτικής σημασίας για τη διαδικασία αγοράς. Αυτή η παρακολούθηση επιτρέπει την όσο το δυνατόν πλησιέστερη εκτίμηση των ποσοτήτων που χρειάζονται. Σε περίπτωση νέας συνταγής ή λανσαρίσματος προϊόντος και για να αποφευχθεί η σπατάλη, συνιστάται η παραγωγή μιας λογικής ποσότητας και η επιτυχία της με τους πελάτες και επομένως η προσαρμογή των όγκων αγορών ανάλογα.

Παρόλο που οι προμηθευτές χρεώνουν πολύ χαμηλότερες τιμές για χύμα αγορές και είναι ζωτικής σημασίας για μια επιχείρηση Horeca να διατηρήσει χαμηλό το κόστος, η μαζική αγορά προϊόντων θα πρέπει να βασίζεται σε μια λογική εκτίμηση των όγκων πωλήσεων και θα πρέπει να περιλαμβάνει μόνο προϊόντα με πολύ μεγάλη ημερομηνία χρήσης. όπως ξηρά προϊόντα ή κονσερβοποιημένα προϊόντα.



- **Αγορές σε τοπικά δίκτυα τροφίμων**

Η αγορά από δομές μικρής αλυσίδας εφοδιασμού τροφίμων έχει πολλά πλεονεκτήματα για τα ενδιαφερόμενα μέρη αλλά και ευρύτερα για την κοινωνία γενικότερα, καθώς αυτό το είδος μάρκετινγκ είναι πολύ ευνοϊκό για τη διατήρηση του περιβάλλοντος και ειδικότερα για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής με τη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα.

Πρώτα απ' όλα, καθιστά δυνατό τον περιορισμό της κυκλοφορίας των εμπορευμάτων. Όπως προαναφέρθηκε, αυτό βοηθά στη διατήρηση του περιβάλλοντος αφενός, αλλά επιτρέπει επίσης προϊόντα καλύτερης ποιότητας. Αυτή η διασφάλιση καλύτερης ποιότητας προέρχεται από την ίδια τη μεταφορά αγαθών, κάτι που επιτρέπει:

- αφενός, να μειωθούν οι χρόνοι μεταφοράς και να εξασφαλιστεί έτσι η βέλτιστη συγκομιδή/παραγωγή

προϊόντων, ιδιαίτερα για τα φρούτα και τα λαχανικά

- αφετέρου, να βελτιωθούν οι συνθήκες μεταφοράς των εμπορευμάτων μειώνοντας τους μεσάζοντες και τους κινδύνους καταστροφής των προϊόντων κατά τον χειρισμό

Δεύτερον, η αγορά σε σύντομες αλυσίδες εφοδιασμού τροφίμων επιτρέπει μια εγγύτητα με τον προμηθευτή που γενικά δεν υπάρχει όταν η διαδικασία πραγματοποιείται με προμηθευτές που έχουν εθνική ή ακόμη και διεθνή εμβέλεια. Αυτή η σχέση με τον προμηθευτή (τον ίδιο τον παραγωγό γενικά σε αυτό το σύστημα) καθιστά δυνατή τη δημιουργία μιας σχέσης εμπιστοσύνης και καλύτερης γνώσης της αγοράς/του πλαισίου/των προϊόντων.

Οι σύντομες αλυσίδες εφοδιασμού τροφίμων συμβάλλουν επίσης στη διατήρηση της τοπικής οικονομίας και στην ανάπτυξη της αλληλεγγύης με τους τοπικούς παραγωγούς. Η αγορά τοπικού επιτρέπει την ανάπτυξη της τοπικής κοινότητας με διάφορους τρόπους:

- επενδύσεις στην τοπική οικονομία, ιδίως μέσω τοπικής αναδιανομής
- συμβολή στη δημιουργία και διατήρηση της τοπικής απασχόλησης
- βελτίωση της αμοιβής των τοπικών παραγωγών
- αποκατάσταση κοινωνικού δεσμού μεταξύ καταναλωτών και παραγωγών

- **Πρώθηση τοπικών και εποχιακών προϊόντων**

Η πρώθηση τοπικών και εποχιακών προϊόντων συνδέεται σε μεγάλο βαθμό με την ανάπτυξη μικρών καναλιών διανομής και είναι ένα από τα αποτελέσματα. Μεταξύ της βελτίωσης της ποιότητας των τροφίμων και της υποστήριξης της τοπικής οικονομίας, τα βιώσιμα τρόφιμα είναι στο

επίκεντρο των θεμάτων για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και τις κοινότητες. Η προώθηση των τοπικών προϊόντων καθιστά δυνατή τη διαιώνιση αυτού του τρόπου κατανάλωσης επειδή είναι δημοφιλής στους καταναλωτές, αλλά πρέπει να τεθεί σε εφαρμογή και πρέπει να είναι αποτέλεσμα πραγματικής πολιτικής βούλησης για να αναπτυχθεί. Η ανάπτυξη μιας μόνιμης αγοράς για τη διανομή τοπικών προϊόντων επιτρέπει τη διάθεσή τους στους καταναλωτές. Διευκολύνει επίσης την επικοινωνία μεταξύ παραγωγών και καταναλωτών όταν έρχονται νέα εποχιακά προϊόντα.

Υπάρχουν πολλές πλατφόρμες όπως το Open food που επιτρέπουν στα ενδιαφερόμενα μέρη να ανακαλύψουν ποια τοπικά δίκτυα τροφίμων είναι διαθέσιμα στην περιοχή τους, να μοιραστούν καλές πρακτικές και πόρους και να συνδεθούν με την κοινότητα και τους ενδιαφερόμενους.

Παράλληλα με την προώθηση των τοπικών προϊόντων είναι απαραίτητο να προωθηθεί η εποχικότητα των τροφίμων, ιδιαίτερα η «εποχιακή διατροφή». Αυτός ο όρος αναφέρεται στην πρακτική της κατανάλωσης φαγητού όταν είναι στο αποκορύφωμα της φρεσκάδας. Το να τρως εποχιακά έχει να κάνει με τη γεύση και τη διατροφή αλλά και με τη βιωσιμότητα. Η κατανάλωση εποχιακών τροφίμων μειώνει το αποτύπωμα άνθρακα και έχει οφέλη για την ανθρώπινη υγεία.

5.4. Καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων στο στάδιο της επεξεργασίας

- **Εκπαιδεύστε τους πελάτες σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων**

Η εκπαίδευση είναι ζωτικής σημασίας στον αγώνα για την ανακούφιση της σπατάλης τροφίμων. Σχεδόν ο καθένας από εμάς ήταν σπάταλος όσον αφορά το φαγητό. Ωστόσο, πόσοι άνθρωποι σκέφτονται δύο φορές να πετάξουν τα αχρησιμοποίητα; Επιπλέον, ως εταιρεία φιλοξενίας, πώς μπορούμε να ενημερώσουμε τους πελάτες για τη σπατάλη τροφίμων όταν πληρώνουν για μια υπηρεσία;

Με τον ίδιο τρόπο που οι άνθρωποι έχουν εκπαιδευτεί για τις βλαβερές συνέπειες της σπατάλης ενέργειας, πρέπει να κατανοήσουν τον αντίκτυπο της σπατάλης τροφίμων για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων. Οι καταναλωτές αντιπροσωπεύουν μεγάλο μερίδιο της απώλειας και της σπατάλης τροφίμων στον κλάδο της φιλοξενίας.

Η εκπαίδευση των καταναλωτών σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων όχι μόνο θα αυξήσει την ευαισθητοποίηση σχετικά με τα καταναλωτικά τους πρότυπα στις επιχειρήσεις φιλοξενίας, αλλά θα συμβάλει επίσης στην ενσωμάτωση αυτών των καταναλωτικών συνηθειών στην καθημερινή τους ζωή και θα έχει ευεργετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και την κοινωνία γενικότερα, υπερβαίνοντας έτσι τον τομέα της φιλοξενίας. Είναι σημαντικό οι καλεσμένοι σας να μην αισθάνονται περιορισμένοι ή αναγκασμένοι να περιορίσουν την κατανάλωσή τους. Πρέπει να είναι σίγουροι ότι θα απολαύσουν το γεύμα τους. Για να το κάνετε αυτό, θα πρέπει να γνωρίζετε τους διαφορετικούς τύπους νοοτροπίας των καταναλωτών.

	Ο αναζητητής της αξίας	Ο απολαυστικός	Ο εξερευνητής
Επισκέπτης πιθανή σκέψη	«Πλήρωσα για αυτό και θα πάρω την αξία των χρημάτων μου».	«Μου αξίζει αυτό, και θα κάνω κάθε γεύμα μια γιορτή».	«Υπάρχουν τόσες πολλές επιλογές. Πρέπει να δοκιμάσω τα πάντα!»
Μπορεί να πάρουν/παραγγείλουν περισσότερα από όσα χρειάζονται γιατί	...περισσότερα στο πιάτο τους σημαίνει μεγαλύτερη αξία για τα χρήματά τους.	...είναι μια ειδική περίπτωση και δεν είναι ώρα για αυτοσυγκράτηση!	...είναι ο μόνος τρόπος για να βεβαιωθείτε ότι δεν θα χάσουν κάτι που μπορεί να αγαπήσουν.
Μπορεί να τους πείσουμε να πάρουν λιγότερα όταν εμείς	...διαβεβαιώστε τους ότι έχουν μεγάλη αξία λόγω της ποιότητας αυτού που τρώνε.	...δημιουργήστε μια αίσθηση απόλαυσης μέσω της ποικιλίας και της εμπειρίας και εξισώνοντας τη βιωσιμότητα με την πολυτέλεια.	...δώστε έμφαση στην εξερεύνηση μέσω ποικιλίας, όχι ποσότητας – η λήψη λιγότερων σημαίνει ότι μπορείτε να δοκιμάσετε περισσότερα και να το απολαύσετε.
	↓ Και όταν αυξήσουμε την ευαισθητοποίησή τους για το θέμα της σπατάλης τροφίμων		

Η νοοτροπία των καταναλωτών - Πώς να επηρεάσουν την επιλογή τους για την καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων (απόσπασμα από «Εργαλειοθήκη για την επικοινωνία των απορριμμάτων τροφίμων στους επισκέπτες» από WWF)

Η εκπαίδευση και η ευαισθητοποίηση σχετικά με το σύστημα τροφίμων και τα απόβλητα βοηθούν τους ανθρώπους να δουν την πραγματική αξία των τροφίμων που αγοράζουν.

- **Διαθέσιμες λύσεις για την καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων για τους καταναλωτές**

Μαζί με την εκπαίδευση και την ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων, είναι σημαντικό να παρέχονται στους καταναλωτές συγκεκριμένες λύσεις για να έχουν αποτελεσματικά αποτελέσματα.

Πρώτον, οι επιχειρήσεις φιλοξενίας θα πρέπει να προσφέρουν στους πελάτες την ευκαιρία να πάρουν στο σπίτι τους το φαγητό που δεν έχουν καταναλωθεί σε σακούλες για σκύλους. Οι τσάντες σκυλιών είναι δοχεία για τα υπολείμματα φαγητού που μεταφέρονται στο σπίτι από ένα γεύμα που καταναλώνεται σε ένα εστιατόριο, για παράδειγμα. Οι πελάτες θα πρέπει να ενθαρρύνονται να ζητούν μια τσάντα σκυλιών, καθώς έτσι αποφεύγεται η άμεση απόρριψη των τροφίμων.

Στη συνέχεια, οι επιχειρήσεις φιλοξενίας θα πρέπει να αποτελούν μέρος ενός κυκλικού αστικού συστήματος διατροφής. Τα ψηφιακά εργαλεία προσφέρουν πολλές διαφορετικές επιλογές για εστιατόρια και καταστήματα τροφίμων για την αποτελεσματική καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων με διάφορους τρόπους, όπως η αναδιανομή των βρώσιμων τροφίμων, η διευκόλυνση έξυπνων συστημάτων τιμολόγησης ή η παροχή απλών συστημάτων μέτρησης και παρακολούθησης. Το Too Good to Go είναι μια κοινωνική επιχείρηση που δεσμεύεται να αντιμετωπίσει το ζήτημα της σπατάλης τροφίμων. Η εταιρεία έχει σχεδιάσει μια εφαρμογή για να βοηθήσει τους ανθρώπους να αντιμετωπίσουν τη σπατάλη τροφίμων στις τοπικές τους κοινότητες, συνδέοντάς τους με εστιατόρια και παντοπωλεία που έχουν πλεονάζοντα γεύματα και συστατικά.

Το να είσαι μέρος ενός κυκλικού συστήματος τροφίμων είναι απαραίτητο και πολύ αποτελεσματικό για την καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων και έχει πολλά οφέλη τόσο για τους καταναλωτές όσο

και για τις επιχειρήσεις του κλάδου.



6.ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΓΗΣ Ή ΜΕΤΑΤΡΟΠΗ ΥΠΑΡΧΟΝΤΩΝ ΧΩΡΩΝ ΣΕ ΚΟΙΝΟΧΡΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΠΛΟΥΣΟΥΣ ΣΕ ΒΙΟΠΟΙΚΙΛΟΤΗΤΑ

Ένα υγιές και βιώσιμο σύστημα τροφίμων μπορεί να διαδραματίσει βασικό ρόλο στην προστασία και την ενίσχυση της γεωργικής γης και τη μετατροπή των υπαρχόντων χώρων σε κοινόχρηστους χώρους πλούσιους σε βιοποικιλότητα.

Μερικές στρατηγικές για την επίτευξη αυτού του στόχου περιλαμβάνουν:

- προώθηση της βιώσιμης γεωργίας
- υποστήριξη τοπικών συστημάτων τροφίμων
- μείωση της σπατάλης τροφίμων

- δημιουργία κοινοτικών κήπων και πρωτοβουλιών αστικής γεωργίας
- προώθηση πράσινων υποδομών
- βελτίωση της ανθεκτικότητας των ανθρώπων, των κοινοτήτων και των οικοσυστημάτων

6.1. Να γίνει το φαγητό μοχλός για τη βελτίωση της ευημερίας όλων στην περιοχή

Τα υγιεινά και βιώσιμα τρόφιμα μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως μοχλός για τη βελτίωση της ευημερίας των ανθρώπων και των κοινοτήτων σε μια περιοχή με διάφορους τρόπους.

• Προώθηση υγιεινών διατροφικών συνηθειών για την υποστήριξη της υγείας και της βιωσιμότητας

Η ενθάρρυνση των ανθρώπων να καταναλώνουν μια ποικίλη και ισορροπημένη διατροφή που περιλαμβάνει μια σειρά από φρούτα, λαχανικά, δημητριακά ολικής αλέσεως και άπαχες πρωτεΐνες μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση της συνολικής υγείας και στην πρόληψη χρόνιων ασθενειών όπως η παχυσαρκία, ο διαβήτης και οι καρδιακές παθήσεις. Σήμερα, οι άνθρωποι καταναλώνουν περισσότερα τρόφιμα με υψηλή περιεκτικότητα σε ενέργεια, λίπη και αλάτι ή νάτριο, αλλά δεν τρώνε αρκετά φρούτα, λαχανικά και δημητριακά ολικής αλέσεως. Για να επιτευχθούν αποτελεσματικά αποτελέσματα στην κοινότητα, είναι απαραίτητο να εμπλέκονται πολλοί τομείς και ενδιαφερόμενοι φορείς, όπως οι τοπικές αρχές, ο δημόσιος τομέας και ο ιδιωτικός τομέας.

• Υποστήριξη τοπικών συστημάτων τροφίμων

Η αγορά τροφίμων τοπικής παραγωγής και παραγωγής μπορεί να βοηθήσει στην υποστήριξη των τοπικών αγροτών και παραγωγών τροφίμων, να τονώσει την τοπική οικονομία και να μειώσει τις

περιβαλλοντικές επιπτώσεις της μεταφοράς τροφίμων.

Ενώ το πολύπλοκο, παγκοσμιοποιημένο σύστημα τροφίμων παρέχει μεγάλες ποσότητες τροφίμων σε χαμηλές τιμές, συνήθως σε βάρος της ποιότητας των προϊόντων, ένα τοπικό σύστημα τροφίμων μπορεί να βελτιώσει την υγεία και τη βιωσιμότητα των κοινοτήτων. Η εμφάνιση των αγροτών, οι αγορές, η υποστηριζόμενη από την κοινότητα γεωργία και τα εστιατόρια της πύλης αγροκτημάτων θα πρέπει να ενθαρρυνθούν για την υποστήριξη των τοπικών συστημάτων τροφίμων.

Επιπλέον, βοηθά στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας επιτρέποντας στα χρήματα να παραμείνουν στην κοινότητα. Πολυάριθμες μελέτες έχουν δείξει ότι αυτό έχει πολλές θετικές οικονομικές επιπτώσεις, συμπεριλαμβανομένου του ότι τα διπλάσια χρήματα παραμένουν στην κοινότητα όταν οι αγορές γίνονται τοπικά.

• Μείωση της σπατάλης τροφίμων

Η εφαρμογή προγραμμάτων για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων και την εκτροπή της περίσσειας τροφής σε όσους έχουν ανάγκη μπορεί να βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι όλοι έχουν πρόσβαση σε αρκετά θρεπτικά τρόφιμα και να μειώσουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της παραγωγής τροφίμων.

• Παροχή εκπαίδευσης και πόρων

Η εκπαίδευση των ανθρώπων σχετικά με τις τεχνικές υγιεινής μαγειρικής, την ασφάλεια των τροφίμων και τη διατροφή μπορεί να τους δώσει τη δυνατότητα να κάνουν πιο υγιεινές επιλογές τροφίμων και να βελτιώσουν τη συνολική τους ευημερία.

Η παροχή εκπαιδευτικού περιεχομένου και πόρων είναι απαραίτητη, καθώς συμβάλλει στη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου και δίκαιου συστήματος τροφίμων. Με αυτόν τον τρόπο, αυξάνει την ευαισθητοποίηση σχετικά με τα οφέλη των υγιεινών και βιώσιμων τροφίμων, όπως η βελτίωση της υγείας και της ευημερίας, η

περιβαλλοντική βιωσιμότητα και η κοινωνική και οικονομική ισότητα. Επιπλέον, παρέχοντας εκπαίδευση και πόρους, μπορούμε να βοηθήσουμε τους ανθρώπους να κάνουν ενημερωμένες και βιώσιμες επιλογές τροφίμων και να υποστηρίξουν την παραγωγή τροφίμων μικρής κλίμακας στην περιοχή. Κάνοντας τα υγιεινά και βιώσιμα τρόφιμα μοχλό για τη βελτίωση της ευημερίας των ανθρώπων και των κοινοτήτων, μπορούμε να βοηθήσουμε στη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου και δίκαιου συστήματος διατροφής για όλους.

- **Αντιμετώπιση επισιτιστικής ανασφάλειας**

Η εργασία για την αντιμετώπιση της επισιτιστικής ανασφάλειας και του υποσιτισμού στην περιοχή μπορεί να βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι όλοι έχουν πρόσβαση σε αρκετά θρεπτικά τρόφιμα για να ζήσουν υγιείς και παραγωγικές ζωές. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη συνεργασία με τράπεζες τροφίμων, κοινοτικούς οργανισμούς και κυβερνητικά προγράμματα για τη διανομή τροφίμων σε όσους έχουν ανάγκη. Οι τοπικοί παραγωγοί βιολογικών προϊόντων συχνά καλλιεργούν μια ευρύτερη ποικιλία φρούτων και λαχανικών κειμηλίων για να προσελκύσουν μια διαφορετική αγορά. Αυτό αποκαλύπτει μια μεγαλύτερη ποικιλία σπόρων, καθώς διαδραματίζουν βασικό ρόλο στη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου και ανθεκτικού τοπικού συστήματος τροφίμων. Οι σπόροι αντιπροσωπεύουν την τοπική γνώση που ενσωματώνει γνώση αιώνων σχετικά με την αποταμίευση, την ανάπτυξη και την καθοδήγηση χρήσιμης έκφρασης. Υποστηρίζοντας την ποικιλότητα των σπόρων, αποτρέπεται ο κίνδυνος εξάντλησης των σπόρων και απώλειας τοπικής γνώσης, καθώς οι σπόροι συνεχίζουν να μεταφέρονται από γενιά σε γενιά.

6.2. Προώθηση της εμφάνισης μοντέλων παραγωγής και κατανάλωσης τροφίμων που φέρνουν τους καταναλωτές και τους παραγωγούς πιο κοντά

Καθώς το παγκόσμιο σύστημα τροφίμων μας γίνεται πιο

βιομηχανοποιημένο και ενοποιημένο, μπορεί να είναι δύσκολο για τους καταναλωτές να έχουν άμεση σχέση με τους παραγωγούς των τροφίμων τους. Ωστόσο, προωθώντας την εμφάνιση μοντέλων παραγωγής και κατανάλωσης τροφίμων που φέρνουν τους καταναλωτές και τους παραγωγούς πιο κοντά, μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα πιο βιώσιμο, δίκαιο και ανθεκτικό σύστημα τροφίμων. Από τους τοπικούς συνεταιρισμούς τροφίμων και τις αγορές αγροτών έως τη γεωργία που υποστηρίζεται από την κοινότητα και την αστική γεωργία, υπάρχουν διάφοροι τρόποι σύνδεσης των καταναλωτών με τις πηγές της τροφής τους και υποστήριξης μικρής κλίμακας παραγωγής τροφίμων. Με την προώθηση αυτών των μοντέλων και την ενθάρρυνση της υιοθέτησής τους, μπορούμε να βοηθήσουμε στη δημιουργία ενός πιο συνδεδεμένου και βιώσιμου συστήματος τροφίμων που ωφελεί όλους.

6.2.1. Τοπικά δίκτυα τροφίμων

• Υποστήριξη συνεταιρισμών τροφίμων

Οι συνεταιρισμοί τροφίμων, οι οποίοι ανήκουν και λειτουργούν από τα μέλη τους, μπορούν να βοηθήσουν τους καταναλωτές και τους παραγωγούς να έρθουν κοντά παρέχοντας μια άμεση σύνδεση μεταξύ των δύο ομάδων. Οι συνεταιρισμοί τροφίμων μπορούν να υλοποιηθούν στην επικράτεια ως:

- - **Συνεταιρισμοί παντοπωλείων:** πωλούν ένα ευρύ φάσμα προϊόντων διατροφής (φρέσκα προϊόντα, κρέας, γαλακτοκομικά κ.λπ.).
- - **Συνεταιρισμοί Αγροτικών Αγορών:** πρόκειται για συνεταιρισμούς που λειτουργούν σε αγορές αγροτών και πωλούν φρέσκα προϊόντα τοπικής παραγωγής και άλλα προϊόντα διατροφής απευθείας στους καταναλωτές. Μέλη του συνεταιρισμού μπορεί να περιλαμβάνουν αγρότες, βιοτέχνες και άλλους

παραγωγούς τροφίμων.

- **Γεωργικοί συνεταιρισμοί που υποστηρίζονται από την Κοινότητα (CSA):** πρόκειται για συνεταιρισμούς που συνδέουν τους καταναλωτές άμεσα με τους αγρότες και άλλους παραγωγούς τροφίμων στην περιοχή τους. Τα μέλη του συνεταιρισμού συνήθως πληρώνουν μια αμοιβή εκ των προτέρων για να λάβουν ένα τακτικό μερίδιο φρέσκων, τοπικών προϊόντων και άλλων τροφίμων καθ' όλη τη διάρκεια της καλλιεργητικής περιόδου.

Οι συνεταιρισμοί τροφίμων μπορούν να παρέχουν μια σειρά από οφέλη στα μέλη τους και στις κοινότητες που εξυπηρετούν, συμπεριλαμβανομένης της πρόσβασης σε υψηλής ποιότητας, τοπικής παραγωγής τροφίμων, ευκαιριών για συμμετοχή και εκπαίδευση της κοινότητας και υποστήριξη για αγρότες μικρής κλίμακας και παραγωγούς τροφίμων.

• **Ενθάρρυνση της ανάπτυξης κόμβων τροφίμων**

Οι κόμβοι τροφίμων, οι οποίοι είναι κεντρικές εγκαταστάσεις που συγκεντρώνουν, αποθηκεύουν και διανέμουν τοπικά τρόφιμα στους καταναλωτές, μπορούν να βοηθήσουν στη σύνδεση των αγροτών μικρής κλίμακας με τους καταναλωτές και στην προώθηση της χρήσης τοπικών τροφίμων. Η ανάπτυξη συνεργασιών με τοπικούς αγρότες, παραγωγούς τροφίμων και κοινοτικούς οργανισμούς μπορεί να βοηθήσει τους κόμβους τροφίμων να συνδεθούν με τοπικές πηγές τροφίμων και να δημιουργήσουν υποστήριξη εντός της κοινότητας.

Η ανάπτυξη κόμβων τροφίμων μπορεί να προωθήσει τα οφέλη των τοπικών τροφίμων εκπαιδεύοντας τους καταναλωτές για τα οφέλη των τοπικών τροφίμων, όπως η φρεσκάδα, η γεύση και οι περιβαλλοντικές και οικονομικές επιπτώσεις τους, μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της ζήτησης για τοπικά τρόφιμα και να υποστηρίξει την ανάπτυξη κόμβων τροφίμων. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε ευρύτερη χρήση τοπικών

τροφίμων σε ιδρύματα όπως σχολεία, νοσοκομεία κ.λπ.

Πρέπει να υποστηριχθούν πολιτικές και κανονισμοί που ευνοούν τα τοπικά τρόφιμα, γεγονός που μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία ενός ευνοϊκότερου περιβάλλοντος για την ανάπτυξη κόμβων τροφίμων.

- **Ενθαρρύνετε τη χρήση τοπικών τροφίμων στα εστιατόρια**

Η ενθάρρυνση των εστιατορίων να χρησιμοποιούν τοπικά, εποχιακά συστατικά μπορεί να βοηθήσει τους τοπικούς αγρότες και τους παραγωγούς τροφίμων, παρέχοντας παράλληλα στους καταναλωτές φρέσκα, υψηλής ποιότητας τρόφιμα. Η εκπαίδευση των ιδιοκτητών και του προσωπικού εστιατορίων σχετικά με τα οφέλη από τη χρήση τοπικών τροφίμων μπορεί να συμβάλει στην αύξηση της ζήτησης για τοπικά τρόφιμα. Η ανάπτυξη συνεργασιών με τοπικούς αγρότες και παραγωγούς τροφίμων μπορεί επίσης να βοηθήσει τα εστιατόρια να έχουν πρόσβαση σε μια ευρύτερη ποικιλία τοπικών προϊόντων διατροφής και να οικοδομήσουν σχέσεις με τοπικές πηγές τροφίμων. Η χρήση τοπικών φαγητών σε ειδικά μενού συμβάλλει στην αύξηση της ευαισθητοποίησης και της ζήτησης για τοπικά τρόφιμα μεταξύ των πελατών εστιατορίων.



Αυτή η γαστρονομική εξειδίκευση θα επιτρέψει στην περιοχή να βελτιώσει την ελκυστικότητά της στους τουρίστες και θα φέρει προστιθέμενη αξία στην επικράτειά της. Μπορεί έτσι να αποτελέσει σημαντικό πλεονέκτημα για τον τοπικό τουρισμό και να βοηθήσει στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.

6.2.2. Αστική γεωργία

Η αστική γεωργία είναι η πρακτική της καλλιέργειας τροφίμων σε αστικές περιοχές, συνήθως σε μικρούς χώρους όπως κήπους πίσω αυλών, κοινοτικούς κήπους, ακόμη και σε στέγες ή σε δοχεία.

- **Πρωθήστε την οικιακή κηπουρική**

Η ενθάρρυνση των ανθρώπων να καλλιεργούν τη δική τους τροφή στο σπίτι, είτε μέσα από κήπους στην αυλή είτε σε κοινοτικούς κήπους, μπορεί να βοηθήσει τους καταναλωτές και τους παραγωγούς να έρθουν πιο κοντά και να προσφέρουν στους ανθρώπους φρέσκα, υγιεινά προϊόντα. Συμβάλλει επίσης στην εκπαίδευση για υγιεινά και βιώσιμα τρόφιμα, δίνοντας τη δυνατότητα στους ανθρώπους να μάθουν πώς να καλλιεργούν φρέσκα και υγιεινά προϊόντα, να εξοικονομούν χρήματα και να μειώνουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της παραγωγής τροφίμων, γεγονός που μπορεί να συμβάλει στην αύξηση του ενδιαφέροντος για την οικιακή κηπουρική.

Η κοινή χρήση ιστοριών επιτυχίας και παραδειγμάτων έργων οικιακής κηπουρικής θα πρέπει να ενθαρρύνεται για να εμπνεύσει άλλους να ξεκινήσουν τους κήπους του σπιτιού τους.

- **Υποστήριξη μικρής κλίμακας παραγωγής τροφίμων**

Η αστική γεωργία μπορεί να προσφέρει την ευκαιρία σε παραγωγούς τροφίμων μικρής κλίμακας, όπως οι κηπουροί και οι κοινοτικοί κηπουροί, να καλλιεργήσουν και να πουλήσουν τα δικά τους προϊόντα. Αυτό μπορεί να βοηθήσει στην υποστήριξη των τοπικών συστημάτων τροφίμων και να φέρει τους καταναλωτές και τους παραγωγούς πιο κοντά.

- **Δημιουργία κοινοτικών συνδέσεων και προώθηση της βιωσιμότητας**

Η αστική γεωργία μπορεί να δημιουργήσει μια αίσθηση κοινότητας και να φέρει κοντά τους ανθρώπους γύρω από έναν κοινό στόχο της

καλλιέργειας και της κοινής χρήσης τροφίμων. Αυτό μπορεί να βοηθήσει στην οικοδόμηση σχέσεων μεταξύ καταναλωτών και παραγωγών και να δημιουργήσει μια αίσθηση σύνδεσης και κοινότητας.



6.3. Βελτιώστε την ανθεκτικότητα των ανθρώπων, των κοινοτήτων και των οικοσυστημάτων μέσω ενός υγιεινού και βιώσιμου συστήματος διατροφής

Η οικοδόμηση ενός υγιούς και βιώσιμου συστήματος διατροφής σε μια περιοχή συμβάλλει στη βελτίωση της ανθεκτικότητας των ανθρώπων, των κοινοτήτων και των οικοσυστημάτων στην κλιματική αλλαγή ειδικότερα και στα περιβαλλοντικά προβλήματα με την ευρύτερη έννοια. Πολλά κρίσιμα περιβαλλοντικά ζητήματα συνδέονται με τη γεωργία, όπως η κλιματική αλλαγή, οι νεκρές ζώνες, η γενετική μηχανική, οι ρύποι, η αποψίλωση των δασών, η υποβάθμιση του εδάφους, τα απόβλητα μεταξύ άλλων. Η γεωργία μπορεί να έχει τεράστιο αντίκτυπο στα οικοσυστήματα που την περιβάλλουν. Επομένως, η υιοθέτηση πρακτικών βιώσιμης γεωργίας μπορεί να αποτρέψει ή να μειώσει αυτές τις αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον και τις κοινότητες.



Η καλλιέργειες, η κομποστοποίηση και η ολοκληρωμένη διαχείριση παρασίτων μπορούν να βοηθήσουν στην προστασία και την ενίσχυση της γεωργικής γης καθώς και στη στήριξη της βιοποικιλότητας. Αυτές οι πρακτικές συμβάλλουν στη βελτίωση της ανθεκτικότητας των κοινοτήτων και των οικοσυστημάτων με την προστασία των φυσικών πόρων και την προώθηση ενός πιο βιώσιμου συστήματος τροφίμων.



Η αγορά τροφίμων που καλλιεργούνται και παράγονται τοπικά μπορεί να βοηθήσει στην υποστήριξη των τοπικών αγροτών και παραγωγών τροφίμων, να τονώσει την τοπική οικονομία και να μειώσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις της μεταφοράς τροφίμων. Αυτό μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση της ανθεκτικότητας των κοινοτήτων αυξάνοντας την οικονομική αυτάρκεια και μειώνοντας την εξάρτηση από εξωτερικές πηγές τροφίμων.

Η υιοθέτηση ενός υγιούς και βιώσιμου συστήματος μειώνει τη σπατάλη τροφίμων και εκτρέπει την περίσσεια τροφής σε όσους έχουν ανάγκη μπορεί να βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι δεν θα σπαταληθούν πολύτιμοι πόροι και ότι όλοι έχουν πρόσβαση σε αρκετά θρεπτικά τρόφιμα. Ως αποτέλεσμα, αυτό υποστηρίζει την ανθεκτικότητα των κοινοτήτων και της επικράτειάς τους μειώνοντας τη σπατάλη πόρων και αντιμετωπίζοντας την επισιτιστική ανασφάλεια μειώνοντας την ευπάθεια στις ελλείψεις τροφίμων και συμβάλλοντας στη βελτίωση της υγείας και της ευημερίας.

7. ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΤΩΝ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΓΝΩΣΕΩΝ ΣΤΟΥΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΡΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΔΑΦΩΝ

Η ευαισθητοποίηση των επαγγελματιών στον κλάδο της φιλοξενίας και στην προώθηση των περιοχών είναι απαραίτητη για να μπορέσουν να κατανοήσουν τα θέματα που διακυβεύονται και την ανάγκη να αλλάξουν τα πράγματα. Ωστόσο, η επίγνωση των θεμάτων δεν αρκεί. Οι επαγγελματίες πρέπει να έχουν τις δεξιότητες και τις γνώσεις για να εφαρμόσουν και να προωθήσουν ένα υγιεινό και βιώσιμο σύστημα διατροφής. Με αυτόν τον τρόπο, θα είναι οι φορείς της αλλαγής μετατοπίζοντας την πρακτική τους προς ένα πιο βιώσιμο μοντέλο που περιλαμβάνει την ευημερία των ανθρώπων και των κοινοτήτων.

7.1. Αλλαγή των πρακτικών των επαγγελματιών στον τομέα της φιλοξενίας και η προώθηση των περιοχών σε σχέση με τη βιώσιμη και υγιεινή διατροφή

Προκειμένου να μπορέσουν οι τομείς της φιλοξενίας και της προώθησης να γίνουν ισχυρότεροι στον τομέα των υγιεινών και βιώσιμων τροφίμων, είναι σημαντικό το προσωπικό τους να ενημερωθεί και να εκπαιδεύεται σε αυτό το θέμα, προκειμένου να καταστούν αυτοί οι τομείς αποτελεσματικοί σε αυτόν τον τομέα και έτσι να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση. αυτού του μείζονος ζητήματος για τις σύγχρονες κοινωνίες μας.

- Εκπαιδευτικές και εκπαιδευτικές εκδηλώσεις

Η αλλαγή των πρακτικών των επαγγελματιών στον τομέα της φιλοξενίας και η προώθηση των περιοχών όσον αφορά τη βιώσιμη και υγιεινή διατροφή μέσω της κατάρτισης και των εκπαιδευτικών εκδηλώσεων είναι απαραίτητη για τη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου και δίκαιου συστήματος διατροφής. Υποστηρίζοντας τους επαγγελματίες του

κλάδου και παρέχοντάς τους τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες, μπορεί να διασφαλιστεί ότι τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια και άλλες επιχειρήσεις εστίασης είναι σε θέση να προσφέρουν στους πελάτες τους υγιεινές και βιώσιμες επιλογές τροφίμων και να προβάλλουν την περιοχή ως προορισμό βιώσιμων και υγιεινών τροφών. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη συμμετοχή του προσωπικού σε εκπαιδευτικές συνεδρίες και εκπαιδευτικές εκδηλώσεις για επαγγελματίες, την ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού και τη συνεργασία με τοπικούς τουριστικούς οργανισμούς για την προώθηση της δέσμευσης της περιοχής για βιώσιμα και υγιεινά τρόφιμα. Αλλάζοντας τις πρακτικές των επαγγελματιών στον τομέα της φιλοξενίας και προωθώντας τις περιοχές όσον αφορά τη βιώσιμη και υγιεινή διατροφή, μπορούμε να βοηθήσουμε στη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου και υγιεινού συστήματος διατροφής που ωφελεί όλους.

• Ανάπτυξη υλικού μάρκετινγκ και προώθησης

Η ανάπτυξη υλικού μάρκετινγκ και προώθησης, όπως μπροσούρες, ιστότοποι και περιεχόμενο μέσων κοινωνικής δικτύωσης, που υπογραμμίζουν τη δέσμευση της περιοχής για βιώσιμα και υγιεινά τρόφιμα μπορεί να βοηθήσει στην προσέλκυση περιβαλλοντικά συνειδητοποιημένων επισκεπτών και στη διαφοροποίηση της περιοχής από άλλες.

Η επικοινωνία είναι απαραίτητη, είτε με επαγγελματίες, ντόπιους ή τουρίστες, καθώς ευαισθητοποιεί τις προκλήσεις της υγιεινής και βιώσιμης διατροφής και διευκολύνει την εφαρμογή ενός βιώσιμου συστήματος που ανταποκρίνεται στις ανάγκες της περιοχής. Η δημιουργία επωνυμιών υγιεινών τροφίμων είναι μια πολύ αποτελεσματική πρωτοβουλία από αυτή την άποψη, καθώς συχνά διευθύνονται από μεσαίου μεγέθους οργανισμούς ή παίκτες και επομένως δεν απαιτούν μεγάλες επενδύσεις.

Αυτοί οι τύποι εμπορικών σημάτων καθώς και τα οικολογικά σήματα είναι ιδιαίτερα περιζήτητα από τους καταναλωτές, είτε είναι κάτοικοι είτε τουρίστες. Τα οικολογικά σήματα είναι σήματα που τοποθετούνται σε προϊόν ή υπηρεσία για να βοηθήσουν τους καταναλωτές και τους

θεσμικούς αγοραστές να εντοπίσουν εκείνα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που πληρούν συγκεκριμένα περιβαλλοντικά κριτήρια. Βοηθούν και καθοδηγούν τους καταναλωτές για καλύτερες αγοραστικές συνήθειες.

- **Συνεργασία με τοπικούς τουριστικούς φορείς**

Η συνεργασία με τοπικούς τουριστικούς οργανισμούς, όπως γραφεία επισκεπτών και εμπορικά επιμελητήρια, μπορεί να βοηθήσει στην προβολή της περιοχής σε ένα ευρύτερο κοινό και να παρέχει πολύτιμους πόρους και υποστήριξη στους επαγγελματίες του κλάδου της φιλοξενίας. Η τάση προς τον αειφόρο τουρισμό αυξάνεται τα τελευταία χρόνια, πράγμα που σημαίνει ότι οι άνθρωποι αναζητούν μια ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία, η οποία όμως λαμβάνει υπόψη οικονομικά, κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα. Οι ταξιδιώτες σήμερα είναι περισσότερο ενήμεροι, ή τουλάχιστον περισσότερο διατεθειμένοι, σε περιβαλλοντικά ζητήματα.

Αναζητούν νέες εμπειρίες, ανησυχούν για το περιβάλλον, θέλουν να ζήσουν έναν υγιεινό τρόπο ζωής και επιθυμούν να βιώσουν την αυθεντική τοπική κουλτούρα όταν ταξιδεύουν.

Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό για τους τοπικούς ενδιαφερόμενους φορείς να συνεργάζονται με τοπικούς τουριστικούς οργανισμούς για να γνωστοποιήσουν τα οφέλη και τις ιδιαιτερότητες των τοπικών τροφίμων σε όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους, προκειμένου να αναπτύξουν τις περιοχές διατηρώντας παράλληλα την τεχνογνωσία τους και το περιβάλλον.

- **Ενθαρρύνετε τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια να υιοθετούν βιώσιμες και υγιεινές πρακτικές τροφίμων**

Η ενθάρρυνση ξενοδοχείων και εστιατορίων να υιοθετήσουν βιώσιμες και υγιεινές πρακτικές τροφίμων, όπως η προμήθεια τοπικών και βιολογικών συστατικών και η προσφορά επιλογών μενού με βάση τα φυτά, μπορεί να βοηθήσει στην αλλαγή των πρακτικών των επαγγελματιών του κλάδου και στην προώθηση της περιοχής ως

προορισμού βιώσιμων και υγιεινών τροφίμων. Οι επαγγελματίες του κλάδου θα πρέπει να ενθαρρύνονται να επιδεικνύουν τα δυνατά σημεία και τις πρακτικές των υγιεινών και βιώσιμων τροφίμων στην περιοχή τους, προωθώντας και χρησιμοποιώντας τοπικά παραγόμενα τρόφιμα.

- **Επενδύστε σε υποδομές**

Οι επενδύσεις σε υποδομές, όπως μεταφορές, καταλύματα και ανέσεις, που υποστηρίζουν βιώσιμες και υγιεινές πρακτικές τροφίμων, όπως προγράμματα κοινής χρήσης ποδηλάτων και επιτόπιους κήπους, μπορούν να συμβάλουν στη βελτίωση της συνολικής εμπειρίας των επισκεπτών και να κάνουν την περιοχή πιο ελκυστική για τους τουρίστες.



7.2. Προώθηση εκπαιδευτικών πρωτοβουλιών γύρω από τη βιώσιμη και υγιεινή διατροφή

Σε έναν κόσμο που αντιμετωπίζει προκλήσεις όπως η κλιματική αλλαγή, η επισιτιστική ανασφάλεια και ζητήματα υγείας που σχετίζονται με τη διατροφή, είναι πιο σημαντικό από ποτέ να προωθούνται εκπαιδευτικές δράσεις γύρω από τη βιώσιμη και υγιεινή διατροφή. Παρέχοντας στους ανθρώπους τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να κάνουν ενημερωμένες και βιώσιμες επιλογές τροφίμων, μπορούμε να βοηθήσουμε στη δημιουργία ενός πιο υγιεινού και πιο ανθεκτικού συστήματος διατροφής για όλους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη φιλοξενία εκπαιδευτικών εκδηλώσεων και εργαστηρίων, την ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού, τη συνεργασία με σχολεία και τα πανεπιστήμια, τη συνεργασία με κοινοτικούς οργανισμούς και την προώθηση βιώσιμων και υγιεινών πρακτικών τροφίμων μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και άλλων διαδικτυακών πλατφορμών. Με την προώθηση εκπαιδευτικών δράσεων γύρω από τη βιώσιμη και υγιεινή διατροφή, μπορούμε να συμβάλουμε στη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου και δίκαιου συστήματος διατροφής για όλους.

- **Φιλοξενεί και συμμετέχει σε εκπαιδευτικές εκδηλώσεις και εργαστήρια**

Η φιλοξενία και η συμμετοχή σε εκπαιδευτικές εκδηλώσεις και εργαστήρια είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να παρέχουμε στους ανθρώπους τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να υιοθετήσουν βιώσιμες και υγιεινές πρακτικές διατροφής. Αυτές οι εκδηλώσεις και τα εργαστήρια μπορούν να λάβουν πολλές μορφές, όπως μαθήματα μαγειρικής, σεμινάρια διατροφής, εκδρομές σε αγρόκτημα και άλλα. Με τη φιλοξενία εκπαιδευτικών εκδηλώσεων και εργαστηρίων, μπορείτε να βοηθήσετε στην εκπαίδευση των ανθρώπων σχετικά με μια ποικιλία θεμάτων που σχετίζονται με βιώσιμα και υγιεινά τρόφιμα, όπως πώς να καλλιεργούν το δικό τους φαγητό, πώς να μαγειρεύουν με ολόκληρα τρόφιμα και φυτικά συστατικά και πώς να ενημερώνονται και βιώσιμες επιλογές τροφίμων. Εκτός από την παροχή πολύτιμων πληροφοριών και δεξιοτήτων, οι εκπαιδευτικές εκδηλώσεις και τα εργαστήρια μπορούν επίσης να δημιουργήσουν μια αίσθηση κοινότητας και να φέρουν τους ανθρώπους κοντά γύρω από ένα κοινό ενδιαφέρον για βιώσιμα και

υγιεινά τρόφιμα. Για τη φιλοξενία εκπαιδευτικών εκδηλώσεων και εργαστηρίων, είναι σημαντικό να προσδιορίσετε το κοινό-στόχο και τους στόχους, να προσδιορίσετε έναν κατάλληλο χώρο και χρονοδιάγραμμα, να αναπτύξετε ένα σχέδιο, να προωθήσετε την εκδήλωση ή το εργαστήριο και να παρακολουθήσετε και να αξιολογήσετε τα αποτελέσματα.

• **Ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού**

Η ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού για υγιεινά και βιώσιμα τρόφιμα μπορεί να είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος παροχής στους ανθρώπους με τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να υιοθετήσουν αυτές τις πρακτικές.

Το εκπαιδευτικό υλικό μπορεί να λάβει πολλές μορφές, όπως φυλλάδια, οδηγούς, βίντεο και άλλα. Με την ανάπτυξη εκπαιδευτικού υλικού, μπορείτε να βοηθήσετε στην εκπαίδευση των ανθρώπων σχετικά με μια ποικιλία θεμάτων που σχετίζονται με την υγιεινή και βιώσιμη διατροφή. Το εκπαιδευτικό υλικό μπορεί να είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για την παροχή στους ανθρώπους με πληροφορίες και πόρους στους οποίους μπορούν να ανατρέξουν με τον δικό τους χρόνο και με τον δικό τους ρυθμό.

• **Συνεργασία με σχολεία και πανεπιστήμια**

Η συνεργασία με σχολεία και πανεπιστήμια για την προώθηση της υγιεινής και βιώσιμης διατροφής μπορεί να είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για την εκπαίδευση των μαθητών και την ανάπτυξη της κοινότητας. Τα σχολεία και τα πανεπιστήμια έχουν συχνά ένα αιχμάλωτο κοινό μαθητών που βρίσκονται σε ένα στάδιο διαμόρφωσης της ζωής τους και είναι ανοιχτά να μάθουν για υγιεινές και βιώσιμες πρακτικές διατροφής. Με τη συνεργασία με αυτά τα ιδρύματα, μπορείτε να παρέχετε στους μαθητές τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να κάνουν ενημερωμένες και βιώσιμες επιλογές τροφίμων, οι οποίες μπορούν να βοηθήσουν στη δημιουργία μιας πιο υγιούς και βιώσιμης κοινότητας. Εκτός από την παροχή εκπαίδευσης, η συνεργασία με σχολεία και πανεπιστήμια μπορεί επίσης να προσφέρει την ευκαιρία να συνδεθούν με

τοπικούς οργανισμούς και πόρους και να εμπλέξουν τους μαθητές σε εμπειρίες μάθησης, όπως εκδρομές και έργα παροχής υπηρεσιών.

- **Συνεργασία με κοινοτικούς οργανισμούς**

Η συνεργασία με κοινοτικούς οργανισμούς για την προώθηση υγιεινών και βιώσιμων τροφίμων μπορεί να είναι ένας ουσιαστικός τρόπος για την εκπαίδευση των ανθρώπων και την ανάπτυξη της κοινότητας. Οι κοινοτικοί οργανισμοί, όπως τα κοινοτικά κέντρα και οι βιβλιοθήκες, έχουν συχνά ισχυρή παρουσία στις κοινότητές τους και μπορούν να παρέχουν μια πλατφόρμα για να προσεγγίσουν ένα ευρύ φάσμα ανθρώπων. Συνεργαζόμενοι με αυτούς τους οργανισμούς, μπορείτε να παρέχετε στους ανθρώπους τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να κάνουν ενημερωμένες και βιώσιμες επιλογές τροφίμων, οι οποίες μπορούν να βοηθήσουν στη δημιουργία μιας πιο υγιούς και βιώσιμης κοινότητας. Εκτός από την παροχή εκπαίδευσης, η συνεργασία με κοινοτικούς οργανισμούς μπορεί επίσης να προσφέρει την ευκαιρία να συνδεθείτε με τοπικούς πόρους και να εμπλέξετε τους ανθρώπους σε εμπειρίες μάθησης, όπως κήπους της κοινότητας και μαθήματα μαγειρικής.

- **Προώθηση βιώσιμων και υγιεινών πρακτικών τροφίμων μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και άλλων διαδικτυακών πλατφορμών**

Η προώθηση βιώσιμων και υγιεινών πρακτικών τροφίμων μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και άλλων διαδικτυακών πλατφορμών μπορεί να είναι ένας ουσιαστικός τρόπος για την εκπαίδευση των ανθρώπων και την ανάπτυξη της κοινότητας.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και άλλες διαδικτυακές πλατφόρμες μπορούν να προσφέρουν ευρεία εμβέλεια και να σας επιτρέψουν να μοιράζεστε εκπαιδευτικό υλικό και πόρους με τους ανθρώπους με έναν εύκολα προσβάσιμο και βολικό τρόπο.

Με την προώθηση βιώσιμων και υγιεινών πρακτικών τροφίμων μέσω αυτών των πλατφορμών, μπορείτε να παρέχετε στους ανθρώπους τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να κάνουν ενημερωμένες και

βιώσιμες επιλογές τροφίμων, οι οποίες μπορούν να βοηθήσουν στη δημιουργία μιας πιο υγιεινής και βιώσιμης κοινότητας. Εκτός από την παροχή εκπαίδευσης, η προώθηση βιώσιμων και υγιεινών πρακτικών διατροφής μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και άλλων διαδικτυακών πλατφορμών μπορεί επίσης να προσφέρει την ευκαιρία σύνδεσης με ομοϊδεάτες και οργανισμούς και τη συμμετοχή ανθρώπων σε συζητήσεις και δραστηριότητες που σχετίζονται με βιώσιμα και υγιεινά τρόφιμα. Βοηθά επίσης να επηρεάσει άλλα μέλη της κοινότητας και να τους ενημερώσει για την ανάγκη να υιοθετήσουν νέες διατροφικές συνήθειες και τα οφέλη που μπορεί να έχει σε ατομικό, κοινοτικό και κατ' επέκταση σε παγκόσμιο επίπεδο.

7.3. Αναπτύξτε τις γνώσεις και τις δεξιότητες του προσωπικού που εργάζεται στον τομέα της φιλοξενίας και την προώθηση των τοπικών περιοχών σχετικά με βιώσιμα και υγιεινά τρόφιμα

Η ανάπτυξη των γνώσεων και των δεξιοτήτων του προσωπικού που εργάζεται στον τομέα της φιλοξενίας και η προώθηση των τοπικών περιοχών σχετικά με βιώσιμα και υγιεινά τρόφιμα είναι απαραίτητη για τη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου και δίκαιου συστήματος τροφίμων και την προσέλκυση περιβαλλοντικών επισκεπτών στην περιοχή. Παρέχοντας στο προσωπικό τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες, μπορούμε να διασφαλίσουμε ότι τα ξενοδοχεία, τα εστιατόρια και άλλες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών εστίασης είναι σε θέση να παρέχουν στους πελάτες τους υγιεινές και βιώσιμες επιλογές τροφίμων και να προβάλλουν την περιοχή ως προορισμό βιώσιμων και υγιεινών τροφίμων. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει εκπαίδευση προσωπικού σχετικά με τον τρόπο προμήθειας τοπικών και βιολογικών συστατικών, τον τρόπο παρασκευής φυτικών και ολόκληρων τροφίμων και τον τρόπο προώθησης βιώσιμων και υγιεινών πρακτικών τροφίμων στους πελάτες. Αναπτύσσοντας τις γνώσεις και τις δεξιότητες του προσωπικού που εργάζεται στον τομέα της φιλοξενίας και προωθώντας τις τοπικές περιοχές, μπορούμε να συμβάλουμε στη δημιουργία ενός πιο βιώσιμου και υγιεινού συστήματος διατροφής που

ωφελεί όλους.

- **Προσφορά εκπαιδευτικών προγραμμάτων**

Πολλές εταιρείες φιλοξενίας προσφέρουν εσωτερικά προγράμματα κατάρτισης που καλύπτουν θέματα όπως βιώσιμες και υγιεινές επιλογές τροφίμων. Αυτά τα προγράμματα μπορούν να παραδοθούν μέσω ποικίλων μορφών, συμπεριλαμβανομένων προσωπικών εργαστηρίων, διαδικτυακών μαθημάτων ή διαδικτυακών σεμιναρίων. Είναι σημαντικό να προσφέρουμε στο προσωπικό του κλάδου την ευκαιρία να αποκτήσουν νέες δεξιότητες και να ενισχύσουν τις υπάρχουσες προκειμένου να έχουν υψηλό επαγγελματικό επίπεδο για να ανταποκριθούν στις ανάγκες των κρίσιμων προκλήσεων που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα, το περιβάλλον και την υγεία. Το εκπαιδευμένο, εκπαιδευμένο και ευαισθητοποιημένο προσωπικό θα επιτρέψει τη διατήρηση ενός βιώσιμου και υγιεινού συστήματος διατροφής εφαρμόζοντας στρατηγικές πιο αποτελεσματικά και γρήγορα. Αυτό βελτιώνει τον αντίκτυπο των στρατηγικών της σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο και διεθνώς κατ' επέκταση.

- **Ενθαρρύνετε το προσωπικό να αναζητήσει πρόσθετους πόρους**

Ενθαρρύνετε το προσωπικό να κάνει τη δική του έρευνα για το θέμα παρέχοντας πρόσβαση σε πόρους όπως βιβλία, άρθρα και διαδικτυακά μαθήματα. Αυτό θα βοηθήσει το προσωπικό να παραμένει ενημερωμένο για τις τελευταίες τάσεις και εξελίξεις στον τομέα. Η αναζήτηση πρόσθετων πόρων καταδεικνύει επίσης μια πραγματική δέσμευση και συμμετοχή του προσωπικού του κλάδου. Αυτό μπορεί να τους δώσει τη δυνατότητα να αποκτήσουν νέες γνώσεις αλλά και να εξατομικεύσουν την εκπαίδευσή τους πάνω στο αντικείμενο.

- **Δημιουργήστε ένα υποστηρικτικό εργασιακό περιβάλλον**

Δημιουργήστε μια κουλτούρα στο χώρο εργασίας που εκτιμά τη βιωσιμότητα και την υγιεινή διατροφή. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την παροχή επιλογών υγιεινής διατροφής στην καφετέρια των εργαζομένων, την προώθηση επιλογών με βάση τα φυτά και την ενθάρρυνση του

προσωπικού να φέρει τα δικά του επαναχρησιμοποιήσιμα δοχεία και σκεύη. Η δημιουργία ενός υποστηρικτικού εργασιακού περιβάλλοντος έχει μια σειρά από οφέλη τόσο για τον οργανισμό όσο και για τους υπαλλήλους του, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για την απόκτηση νέων δεξιοτήτων και γνώσεων. Αυτό το ασφαλές εργασιακό περιβάλλον θα πρέπει να προωθεί την ανοιχτή επικοινωνία, την ομαδική εργασία, την ασφάλεια, τη δια βίου μάθηση και τη συμμετοχή και συμμετοχή των ενδιαφερομένων. Ως εκ τούτου, το προσωπικό θα ενθαρρυνθεί να μοιραστεί τη γνώση και την εμπειρία του σχετικά με τις βιώσιμες και υγιεινές πρακτικές διατροφής με τους συναδέλφους του. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω ανεπίσημων συνομιλιών, συναντήσεων ομάδας ή ακόμα και φιλοξενίας ενός εργαστηρίου ή παρουσίασης.

• Συνεργασία με τοπικούς οργανισμούς

Συνεργαστείτε με τοπικούς οργανισμούς που προωθούν βιώσιμες και υγιεινές πρακτικές τροφίμων, όπως αγορές αγροτών ή κοινοτικοί κήποι. Αυτό μπορεί να δώσει στο προσωπικό την ευκαιρία να μάθει για αυτές τις πρακτικές από πρώτο χέρι και να εμπλακεί στην τοπική του κοινότητα. Η δικτύωση μπορεί να είναι ένα πολύτιμο εργαλείο για την ανάπτυξη των γνώσεων και των δεξιοτήτων του προσωπικού που εργάζεται στον τομέα της φιλοξενίας και για την προώθηση των τοπικών περιοχών σχετικά με βιώσιμα και υγιεινά τρόφιμα.

Η δικτύωση μπορεί να σας βοηθήσει να συνδεθείτε με άλλους επαγγελματίες, οργανισμούς και πόρους που μπορούν να παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες, πόρους και υποστήριξη για τις προσπάθειές σας. Η συμμετοχή σε βιομηχανικούς οργανισμούς και επαγγελματικές ενώσεις μπορεί να προσφέρει την ευκαιρία σύνδεσης με άλλους επαγγελματίες και πρόσβασης σε πόρους και πληροφορίες που σχετίζονται με βιώσιμες και υγιεινές πρακτικές τροφίμων. Η συμμετοχή σε συνέδρια και εκδηλώσεις μπορεί να προσφέρει την ευκαιρία να συνδεθείτε με άλλους επαγγελματίες και να μάθετε για την πιο πρόσφατη έρευνα, τις τάσεις και τις βέλτιστες πρακτικές που σχετίζονται με τη βιώσιμη και υγιεινή διατροφή. Τέλος, συνιστάται η χρήση των διαθέσιμων διαδικτυακών

πόρων και πλατφορμών. Πολλοί διαδικτυακοί πόροι και πλατφόρμες, όπως μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διαδικτυακά φόρουμ και διαδικτυακές κοινότητες, μπορούν να είναι χρήσιμες για την απόκτηση γνώσεων, τη βελτίωση των εργασιακών σας πρακτικών ή τη σύνδεση με άλλους



επαγγελματίες ή οργανισμούς στον τομέα.

ΠΗΓΕΣ

- Joseph Poore & Thomas Nemecek (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. Science.
- Lee, K.; Conklin, M.; Cranage, D.A.; Lee, S. The role of perceived corporate social responsibility on providing healthful foods and nutrition information with health-consciousness as a moderator. Int. J. Hosp. Manag. 2014, 37, 29–37 [Crossref]
- Alimentation durable : définition et enjeux. (2021, 16 novembre). Optigede - Ademe. Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse <https://www.optigede.ademe.fr/alimentation-durable>
- Alimentation et Environnement : Champs d'actions pour les professionnels (ADEME). (2016, octobre). [Pdf]. ADEME Editions. https://librairie.ademe.fr/cadic/2223/alimentation_et_environnement_2020.pdf?modal_token=475833152e6107866008730d7f

c4199a&modal=true&cookies_allowed=true&open=true&firstname=&lastname=&email=jerome.scanavino%40orange.fr&rgpd=on&submitted=1&g-recaptcha-response=03ANYolqskqof500aDIV2GGVgDWLyv9QBbKK4yrjWDFkF_yt_0b3es4X0yVQFNCS-0YRThh81O_ID1WNsNHkQpUqV8FcD8e10GQldvl_pXNK1Fox_Sn2CvGgkxTvk1bZg0NFYLaUrxGv13miyDJwCMB5YK1-h4UtVdnKyS1fArmSSsJIWFpnBbkymM1DI-dVDt9JLWRbsse1Y6ThKHS2ku3IA2-SLkXeMZ1CQp_dljmXxrZlACggn0leCUP9RR9vT4OI-SV8nCCePCFEyrcA9ebOBDuYdn-5Vx0W4eW7XAtsA0min3jTOL4k8VXXiDbpeZQJMis_XcslMkc_RGARdh9PqTfZ0AShrQdT3I-N-tGOA2oxkj0Lklrtl6puRzubwzw4Dr0E03NPFYm-o5j-zqHI64TjqybLKAhMYBlh96SZs9zb0AOXRbM69gRIC9z6JgvdNfPfv7aX6NGmXRVIvKlo6yb7qE3OA1__rCmxnpmOh1oBe6panRBq9zktv1Ulc-S6mTjwchi3eLbO1Hu8jPw-fJW9fjJ2y9Q

- Fosse, J. P. F. (s. d.). Pour une alimentation saine et durable - Rapport pour l'Assemblée nationale. France Stratégie. Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse <https://www.strategie.gouv.fr/publications/une-alimentation-saine-durable-rapport-lassemblee-nationale>
- Guide de l'alimentation durable. (2015). Institut fédéral pour le développement durable. https://www.developpementdurable.be/sites/default/files/document/files/gidsduurzamevoeding_fr.pdf
- How Consumer Organisations can contribute to Sustainable Food systems. (s. d.). Consumers International. <https://www.consumersinternational.org/media/314552/how-consumer-organisations-can-contribute-to-more-sustainable-food-systems.pdf>

- L'alimentation, un nouvel enjeu de développement durable pour les territoires. (s. d.). Cerema à l'adresse <https://www.cerema.fr/fr/actualites/alimentation-nouvel-enjeu-developpement-durable-territoires>
- L'éducation à l'alimentation : entre représentations et pratiques alimentaires – Éducation relative à l'environnement –. (2018, 26 octobre). Érudit. <https://www.erudit.org/fr/revues/ere/2016-v13-n2-ere04029/1052542ar/>
- Product traceability in the Food & Beverage industry. (s. d.). Consulté le 6 octobre 2022, à l'adresse <https://hospitalityinsights.ehl.edu/product-traceability>
- Promouvoir une alimentation saine et durable : et la rendre accessible à tous les habitants de la métropole. (2019, avril). Conseil de développement Grand Lyon. <https://conseils-de-developpement.fr/wp-content/uploads/2020/11/promouvoir-alimentation-saine-et-durable-lyon-19.pdf>
- Sustainable Food System in Hospitality | FoodNotify Hospitality Blog. (s. d.) à l'adresse <https://www.foodnotify.com/en/blog/sustainable-food-system-hospitality>
- Systèmes alimentaires durables : Un manuel pour s'y retrouver. (2020). FAO & INRAE. <https://doi.org/10.4060/ca9917fr>

ΣΧΕΤΙΚΑ

Η Petra Patrimonia Sud (PP Sud) είναι ένας συνεταιρισμός επιχειρήσεων και απασχόλησης που ειδικεύεται στην υποστήριξη ηγετών έργων στους ακόλουθους τομείς:

- Αγροτική, Τοπική και Περιβαλλοντική Κληρονομιά: PETRA PATRIMONIA FOLIA

- Ναυτιλιακή κληρονομιά και ναυτικό εμπόριο: PETRA PATRIMONIA MARITIMA

- Δομημένη κληρονομιά, δόμηση και οικολογική κατασκευή: PETRA PATRIMONIA

Το PP Sud, μια πραγματική εναλλακτική λύση στη δημιουργία επιχειρήσεων, δίνει τη δυνατότητα στους ιδιοκτήτες έργων να αναπτύξουν τις δραστηριότητές τους διαφορετικά, σε ένα νόμιμο, ασφαλές, διαμορφωτικό και καινοτόμο περιβάλλον. Αυτό το πλαίσιο καθιστά δυνατή πρώτα απ' όλα τη συγκεκριμένη δοκιμή της βιωσιμότητας ενός έργου (σύμβαση CAPE) και στη συνέχεια την ανάληψη βιώσιμων εντός του συνεταιρισμού, υπό την κάλυψη ενός πρόσφατα προωθημένου καθεστώτος (ION n ° 2014-856 της 31ης Ιουλίου 2014 για την κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία), αυτή του επιχειρηματία-εργαζομένου.

Αναλαμβάνει ενέργειες για την τήρηση των παρακάτω αρχών:

- να δώσει σε όλους την ευκαιρία να αναλάβουν και να αναπτύξουν την τεχνογνωσία τους με οικονομικό και συνεργατικό τρόπο.

- να προωθήσει την υλοποίηση βιώσιμων οικονομικών έργων αφήνοντας κεντρική θέση για μεμονωμένα έργα ζωής.

- να επιτρέπεται στους εργαζομένους και στους μισθωτούς επιχειρηματίες να γίνουν συνεργάτες

Το PP Sud εργάζεται στον τομέα της κοινωνικής και αλληλέγγυας οικονομίας και σε στενή συνεργασία με τις κρατικές υπηρεσίες, τις τοπικές και περιφερειακές αρχές για την εφαρμογή πολιτικών που σχετίζονται με την απασχόληση, την ένταξη, την κατάρτιση και ειδικότερα εκείνων που είναι αφιερωμένες στην ανάπτυξη δραστηριοτήτων και επιχειρήσεων.

Η κοινωνική και οικονομική καινοτομία του εξασφαλίζει

αναστρεψιμότητα και εύκολη πρόσβαση στη δημιουργία επιχειρήσεων. Η δραστηριότητά του περιλαμβάνει ένα πρόγραμμα καθοδήγησης που στοχεύει στην ανάπτυξη συγκεκριμένων κοινωνικών δεξιοτήτων που χρειάζονται οι διευθυντές (είναι ενδεδειγμένη στην εκτέλεση εργασιών, Αναλαμβάνει προσωπικές πρωτοβουλίες, Έχει την ικανότητα να προβλέπει και να ανταποκρίνεται αποτελεσματικά στην αλλαγή, Αποδέχεται τις πολιτισμικές και κοινωνικές διαφορές, ηγεσία, Διαχειρίζεται τα δικά του συναισθήματα , Έχει την ικανότητα να διαπραγματεύεται με άλλους, Ενδιαφέρεται να μαθαίνει νέα πράγματα/ ενδιαφέρεται για καινοτομίες, Είναι σε θέση να διαχειρίζεται αποτελεσματικά το χρόνο, Ξέρει πώς να αναπτύσσει στρατηγικές).

Οι δράσεις της αναλαμβάνονται σε συνεργασία με μεγάλα δίκτυα που υποστηρίζουν τη δημιουργία και την εξαγορά εταιρειών, όπως τα BGE, FI, FA, «réseau entreprendre» (δίκτυο επιχειρηματιών), το APCE.

Το PP SUD εξειδικεύεται στη συνοδεία ηγετών έργων και νέων, ιδίως στον τουριστικό τομέα που θέλουν να δοκιμάσουν/ανακαλύψουν και να ξεκινήσουν τις δραστηριότητές τους. Φέρνει μια απάντηση στους νέους που θέλουν να δημιουργήσουν τη δική τους δουλειά και τους παρέχει δεξιότητες και ικανότητες ειδήσεων εκπαιδεύοντάς τους στον επιχειρηματικό κόσμο. Η PP Sud διαθέτει έμπειρο προσωπικό στον τομέα της εκπαίδευσης και της κατάρτισης.



3. Ψυχολογία λήψης αποφάσεων για την υιοθέτηση φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών στον τουριστικό τομέα

Igor Vitale International srl

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όταν βρισκόμαστε αντιμέτωποι με ένα παγκόσμιο πρόβλημα όπως η κλιματική αλλαγή, πρέπει να είμαστε σε θέση να αξιολογήσουμε όλες τις πτυχές που συμβάλλουν στην επίλυσή του.

Μεταξύ αυτών, με εξαιρετική απλοποίηση, μπορούμε να μιλήσουμε για τον αντίκτυπο των βιομηχανιών στην κλιματική αλλαγή, τη μαζική χρήση μη ανακυκλώσιμων υλικών και άλλες επιπτώσεις που καθορίζονται από τον τρόπο παραγωγής ενέργειας.

Αυτά τα στοιχεία είναι εύκολα ποσοτικά και αναγνωρίσιμα. Επιπλέον, η νομοθεσία που τη μειώνει ουσιαστικά θα μπορούσε επίσης να είναι φαινομενικά απλή και θα είχε ήδη εφαρμοστεί εάν δεν είχε ιδιαίτερες υλικοτεχνικές και οικονομικές επιπτώσεις.

Η προσπάθεια της Ευρώπης αυτή τη στιγμή είναι να προωθήσει μια οικολογική μετάβαση σε όλους τους τομείς, συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού, προκειμένου να καταπολεμηθεί η κλιματική αλλαγή.

Στην πραγματικότητα, η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία θέτει ως στόχο την επίτευξη ουδετερότητας άνθρακα έως το 2050.

Αυτός ο στόχος τέθηκε πρόσφατα σε μια πιο περίπλοκη κατάσταση μέσω του πολέμου στην Ουκρανία, ο οποίος συνεπάγεται επίσης ενεργειακή κρίση για τα ευρωπαϊκά κράτη που εξαρτώνται περισσότερο από τις εισαγωγές ρωσικού φυσικού αερίου και που αναμφίβολα θα θέσει εμπόδια στην ταχύτερη επίτευξη της ουδετερότητας στο περιβάλλον .

Σε μία από τις συμμετέχουσες χώρες, την Ιταλία, σκέφτηκε ακόμη και να ανοίξει εκ νέου τα εμφυτεύματα με καύση άνθρακα για την κάλυψη των εθνικών ενεργειακών αναγκών.

Εκτός από τις μακροσκοπικές πτυχές, υπάρχουν λιγότερο ορατοί και αναγνωρίσιμοι παράγοντες από τις μακροσκοπικές πτυχές και που αποτελούν μέρος του ψυχολογικού τομέα, δηλαδή: οι στάσεις, οι

πεποιθήσεις και οι συμπεριφορές των ανθρώπων.

Οι κανόνες, όσο ακριβείς και αν είναι, μπορούν να ακολουθηθούν στην πράξη με διαφορετικούς τρόπους ή ακόμη και μερικές φορές μπορεί να υπάρχει μόνο φαινομενική συμμόρφωση.

Πρέπει λοιπόν να διακρίνουμε τουλάχιστον τις ρητές νόρμες από τις άρρητες, υποκειμενικές. Γνωρίζοντας ότι οι άγραφοι κανόνες εξακολουθούν να έχουν αντίκτυπο στο τελικό αποτέλεσμα.

Εάν ένας δήμος παρέχει ένα καινοτόμο σύστημα απορριμμάτων, αλλά το σύστημα έχει πολλά προβλήματα σε επίπεδο χρησιμότητας ή εργονομίας, το τελικό αποτέλεσμα θα μπορούσε να είναι καταστροφικό. Το σύστημα μπορεί να είναι συμβατό με επίσημες απαιτήσεις αλλά να μην χρησιμοποιείται σωστά στην πράξη.

Εάν το εστιατόριο ενός ξενοδοχείου έχει πολλές επιλογές φαγητού που ευνοούν τη χρήση συστατικών στα μηδέν χιλιόμετρα, αλλά δεν τα προωθεί καλά και επομένως λίγοι επιλέγουν αυτές τις βιώσιμες επιλογές τροφίμων, αυτή η πτυχή αφορά την ανθρώπινη συμπεριφορά.

Εάν ένα ξενοδοχείο δεν γνωρίζει κάποια κίνητρα ενεργειακής ενίσχυσης και επομένως δεν εκμεταλλεύεται τις ευκαιρίες για να βελτιώσει την ενεργειακή απόδοση της δομής του, αυτή η πτυχή αφορά στοιχεία γνώσης του ατόμου.

Με άλλα λόγια, ο ανθρώπινος παράγοντας στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής παίζει σημαντικό ρόλο και αυτός ο ρόλος είναι επίσης δικός σας ως επαγγελματίας του τουρισμού, διευθυντής, λήψης αποφάσεων και για όλους τους τουριστικούς παράγοντες, συμπεριλαμβανομένων των συμβούλων. Θα μπορούσαμε ακόμη να πούμε ότι οι ίδιοι οι καταναλωτές παίζουν επίσης ρόλο στην παροχή ανατροφοδότησης στις εγκαταστάσεις διαμονής και υποδεικνύοντας όλο και πιο συχνά τότε ορισμένες επιχειρηματικές αποφάσεις είναι μη οικολογικές και επομένως πρέπει να αποφεύγονται.

2. Η ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Επομένως, η μάχη κατά της κλιματικής αλλαγής αντιμετωπίζεται και από ψυχολογική άποψη, καθώς καθεμία από τις ακόλουθες πτυχές διαδραματίζει αποφασιστικό ρόλο:

- Στάσεις απέναντι στο περιβάλλον
- Συμπεριφορές υπέρ του περιβάλλοντος
- Πεποιθήσεις και γνώσεις σχετικά με την κλιματική αλλαγή
- Λήψη αποφάσεων υπέρ του περιβάλλοντος

Αυτό που πρέπει να καταλάβουμε είναι πώς να ενθαρρύνουμε αυτά τα ψυχολογικά στοιχεία. Αυτές οι πτυχές υπερβαίνουν τους κανόνες. Οι στάσεις και οι πεποιθήσεις δεν μπορούν να ρυθμιστούν, αλλά μπορούν να ενθαρρυνθούν με την ανάπτυξη κριτικής συνείδησης στον τουριστικό τομέα.

Και αυτή η πτυχή αφορά όλους τους φορείς του τουρισμού, που είναι ήδη ένα πολύ μεγάλο οικοσύστημα και που όλοι παίζουν ρόλο:

- Τοπικές, περιφερειακές και εθνικές αρχές: καθώς προτείνουν κανόνες σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, παρέχουν κατευθυντήριες γραμμές. Είναι καλό ότι αυτοί οι κανόνες είναι καλά ισορροπημένοι σε σχέση με την πραγματική τους σκοπιμότητα για τις επιχειρήσεις, επομένως είναι απαραίτητος ένας συνεχής διάλογος με τους εκπροσώπους των επιχειρήσεων για την πραγματική τήρηση των κανόνων και τη βελτίωση της βιωσιμότητας των εγκαταστάσεων διαμονής. Επομένως, είναι επίσης καλό να πραγματοποιούνται στοχευμένες επικοινωνιακές παρεμβάσεις που καθιστούν το σύνολο κανόνων που ευνοούν την πράσινη μετάβαση εύκολα κατανοητό και λειτουργικό.

- Εταιρείες και μεγάλες οντότητες που εκπροσωπούν εταιρείες όπως

Εμπορικά Επιμελητήρια, Ομοσπονδίες, Συνδικάτα, που μπορούν να εκπροσωπήσουν τις ανάγκες του τουριστικού τομέα μπορούν να προσφέρουν μια λεπτομερή εικόνα του ποιες είναι οι πραγματικές ανάγκες και δυνατότητες του τουριστικού οικοσυστήματος.

- Οι εργαζόμενοι στον τουρισμό μπορούν να παρέχουν πολύ ενδιαφέρουσες πληροφορίες για πραγματικές τουριστικές πρακτικές και τρόπους για την προώθηση της βιωσιμότητας στην καθημερινή ζωή

- Οι καταναλωτές και οι ενώσεις καταναλωτών μπορούν να παρέχουν σημαντικές ανατροφοδοτήσεις στις τουριστικές εταιρείες όταν δεν είναι σύμφωνες με τα κριτήρια βιωσιμότητας, αλλά και να εκπαιδεύουν τους καταναλωτές να κατανοήσουν τον πραγματικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο ορισμένων διαδικασιών

- Οι ξενοδοχειακές σχολές, όλα τα Επαγγελματικά Ινστιτούτα και τα Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης στον τουριστικό τομέα μπορούν να παρέχουν βασικές ικανότητες στον τομέα της αειφορίας στο μελλοντικό τουριστικό εργατικό δυναμικό

- Τα ινστιτούτα που ασχολούνται με την αξιολόγηση της ποιότητας των εγκαταστάσεων διαμονής

Επομένως, υπάρχουν πολλά κενά που πρέπει να καλυφθούν και η ψυχολογία των αποφάσεων παίζει ρόλο σε καθεμία από αυτές τις πτυχές:

- Εμπόδια γνώσης: πρέπει να βελτιωθεί ο αλφαριθμητισμός σε θέματα βιωσιμότητας. ο γενικός πληθυσμός δεν είναι σε θέση να αναγνωρίσει τις διαφορές μεταξύ στοιχείων που έχουν αντίκτυπο στο περιβάλλον ή όχι. Το προσωπικό μπορεί να μην γνωρίζει τα στοιχεία του πραγματικού αντίκτυπου στο περιβάλλον των επιλογών στον τουριστικό τομέα ή να μην γνωρίζει τους κανόνες, τις Ευρωπαϊκές Οδηγίες κ.λπ.

- Ρυθμιστικά εμπόδια: Οι κανονισμοί μπορεί να μην καλύπτουν αποτελεσματικά κάθε τομέα ή να μην έχουν αξιολογήσεις του αντίκτυπου στις στάσεις και συμπεριφορές. Η συμμόρφωση με τους κανονισμούς θα

μπορούσε να είναι μόνο εξωτερική

- Οικονομικά εμπόδια: μπορεί να υπάρχουν βιώσιμες επιλογές, αλλά είναι πολύ ακριβές και επομένως δεν έχουν επιλεγεί

- Ψυχολογικά εμπόδια: μετά από όλα τα προηγούμενα εμπόδια, οι συμπεριφορές υπέρ του περιβάλλοντος είναι αποτέλεσμα μιας διαδικασίας λήψης αποφάσεων που βασίζεται σε συγκεκριμένες ψυχολογικές πτυχές και στάσεις και πεποιθήσεις μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο πραγματικά συμπεριφέρονται οι άνθρωποι

Η καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής εκφράζεται επίσης με την έμφαση στη σημασία του ανθρώπινου παράγοντα και την ενίσχυση των πτυχών του σε όλα τα επίπεδα: σε σχολεία, πανεπιστήμια, στην επαγγελματική κατάρτιση ενηλίκων και νέων και με εκστρατείες που απευθύνονται στο γενικό πληθυσμό.

Σύμφωνα με το επιστημονικό άρθρο «Τι οδηγεί την πρόθεση των εργαζομένων να εφαρμόσουν πράσινες πρακτικές στα ξενοδοχεία» (Chan et al., 2014), οι τρεις συνιστώσες που διευκολύνουν την πιθανότητα υιοθέτησης πράσινων συμπεριφορών στα ξενοδοχεία από το προσωπικό είναι η ευαισθητοποίηση, η ανησυχία για το περιβάλλον. και οικολογική συμπεριφορά.

Το «Inclusive and Sustainable Tourism Gamification in School Education» βασίζεται ακριβώς σε αυτό για να καταστήσει τις εγκαταστάσεις διαμονής πιο περιεκτικές και βιώσιμες επενδύοντας πάνω από όλα στο μελλοντικό εργατικό δυναμικό του τομέα της φιλοξενίας και του τουρισμού, δηλαδή μαθητές από όλα τα σχολεία που ανήκουν στις περιοχές του τουρισμού και των συναφών τομέων (Ξενοδοχειακά Ινστιτούτα, Επαγγελματικά Ινστιτούτα Τουρισμού, Επεξεργασίας Τροφίμων, Γεωργίας κ.λπ.)

3. ΠΩΣ ΣΚΟΠΟΙΟΥΜΕ ΝΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΟΥΜΕ ΤΗ ΛΗΨΗ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΤΩΝ ΜΑΘΗΤΩΝ

Για να το πετύχουμε αυτό, πρόκειται να δημιουργήσουμε ένα εκπαιδευτικό παιχνίδι διαχείρισης όπου οι μαθητές θα παίζουν το ρόλο του Διευθυντή ξενοδοχείου και θα πρέπει να διαχειρίζονται όλα τα θέματα που σχετίζονται με τη διαχείριση ενός ξενοδοχείου.

Οι συμμετέχοντες θα εκτεθούν σε μια σειρά από προβληματικές καταστάσεις, διλήμματα και σενάρια σχετικά με τα ζητήματα της βιωσιμότητας και της ένταξης στα ξενοδοχεία.

Το παιχνίδι λοιπόν θα είναι δομημένο σε μια προσομοίωση χρονικού διαστήματος 20 ετών και τα προτεινόμενα προβλήματα θα είναι αυξανόμενης δυσκολίας.

Αναφορικά με τα προτεινόμενα προβλήματα, ο μαθητής θα πρέπει να λάβει αποφάσεις και θα ενθαρρύνονται βιώσιμες και χωρίς αποκλεισμούς αποφάσεις.

Επομένως, ο αλγόριθμος λήψης αποφάσεων για το παιχνίδι θα έχει διπλή λειτουργία:

- Ενθάρρυνση περιεκτικών και βιώσιμων αποφάσεων
- μελέτη της λήψης αποφάσεων μαθητών που υπόκεινται σε προβληματικά σενάρια σχετικά με θέματα ένταξης και βιωσιμότητας

Επομένως, η μελέτη της φυσικής λήψης αποφάσεων των μαθητών μπορεί να χρησιμοποιηθεί:

- για ερευνητικούς σκοπούς
- με σκοπό την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι μελλοντικοί τουριστικοί φορείς λαμβάνουν αποφάσεις αυθόρμητα όταν αντιμετωπίζουν κρίσιμα ζητήματα και δυσκολίες σχετικά με την ένταξη και τη βιωσιμότητα

4. ΜΟΝΤΕΛΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΚΑΙ Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΟΥ ΟΡΘΟΛΟΓΙΚΟΥ

Η ψυχολογία της λήψης αποφάσεων αφορά τη μελέτη του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι λαμβάνουν αποφάσεις σε κάθε τομέα της ζωής τους. Στην πραγματικότητα, οι αποφάσεις μπορούν να αφορούν κάθε σφαίρα. Αυτός ο τομέας της επιστήμης έχει επικεντρωθεί πολύ συχνά σε οικονομικές αποφάσεις, δεδομένου ότι αυτός ο τομέας προκαλεί αμέσως σημαντικό ενδιαφέρον σε όλους τους οικονομικούς παράγοντες και εταιρείες. Αλλά αυτός δεν είναι ο μόνος τομέας ζωτικής σημασίας, για παράδειγμα, είναι επίσης δυνατό να μελετηθούν οι αποφάσεις που λαμβάνονται στο πλαίσιο συμπεριφορών υγείας (υιοθέτηση ειδικών θεραπειών, πραγματική τήρηση της θεραπείας) ή άλλες συμπεριφορικές αποφάσεις που σχετίζονται με την ανάληψη κινδύνου (π.χ., λάβετε ορισμένες προφυλάξεις στην εργασία, ατομικά συστήματα προστασίας).

Κάθε μία από αυτές τις πτυχές έχει ιδιαίτερη σημασία στον τουρισμό επειδή:

- Οι αποφάσεις που παίρνουν οι τουρίστες έχουν σίγουρα οικονομική αξία
- Οι διατροφικές επιλογές των τουριστών έχουν σίγουρα αντίκτυπο στις έννοιες της υγείας και της ευεξίας
- Οι συμπεριφορές που επηρεάζουν την υγεία των εργαζομένων έχουν σίγουρα αντίκτυπο στην υγεία και είναι περαιτέρω ζωτικής σημασίας για τους εργαζόμενους και τους επισκέπτες
- Οι συμπεριφορές υπέρ του περιβάλλοντος έχουν αντίκτυπο στην περιβαλλοντική υγεία και αφορούν επίσης ηθικές και ηθικές πτυχές.

Η Ψυχολογία της Λήψης Αποφάσεων σήμερα υποστηρίζει ένα μοντέλο περιορισμένης ανθρώπινης ορθολογικότητας. Με άλλα λόγια, διαφορετικά από το παρελθόν, σήμερα πιστεύεται ότι αν και είναι ανάγκη του καθενός να επιλέξει με τον πιο βολικό τρόπο, ο ορθολογισμός μας έχει

πολλά όρια: προσοχή, γνωστική, μνήμη κ.λπ.

Επομένως, σε κάθε απόφαση, αντί να διατυπώνουμε μια προσεκτική ανάλυση κόστους και οφέλους, επιλέγουμε συντομεύσεις σκέψης που κάνουν τη γνωστική οικονομία.

Ο ηγέτης της προσέγγισης περιορισμένης ορθολογικότητας είναι ο Χέρμπερτ Σάιμον, οικονομολόγος και νικητής του Βραβείου Νόμπελ Οικονομικών το 1955.

Πριν από την ανάπτυξη και τη διάδοση της θεωρίας του Herbert Simon, πολλοί πίστευαν ότι το κύριο κίνητρο των οικονομικών αποφάσεων ήταν η αναλογία κόστους-οφέλους: εάν κάτι κοστίζει λίγο και προσφέρει πολλά οφέλη, ο καταναλωτής θα το αγοράσει.

Ωστόσο, πολλές αγορές έχουν μια απολύτως υποκειμενική σχέση κόστους-οφέλους.

Σκεφτείτε να κανονίσετε ένα ταξίδι διακοπών, για κάποιους, το δωμάτιο του ξενοδοχείου είναι το τελευταίο μέρος για να περάσουν το χρόνο τους: υπάρχει ένα άνετο κρεβάτι, το μέρος είναι καθαρό, δεν πειράζει.

Για άλλους, υπάρχουν σημαντικά κριτήρια, θέλετε μια σημαντική άνεση του χώρου, το προσωπικό πρέπει να μπορεί να μιλάει αγγλικά για να γίνει καλά κατανοητό. Για άλλους, το προσωπικό θα πρέπει επίσης να μιλάει την εθνική τους γλώσσα (π.χ. ιταλικά), καθώς ενδέχεται να μην μπορούν να επικοινωνήσουν στα αγγλικά. Ένα άτομο με συγκεκριμένη αναπηρία μπορεί να έχει πρόσθετες ανάγκες. Όπως ένα άτομο με αλλεργία στη σκόνη, μπορεί να αντιδράσει πιο αρνητικά σε μια δεδομένη περιβαλλοντική κατάσταση.

Οι ίδιες διακοπές και η ίδια ακριβώς υπηρεσία είναι εντελώς διαφορετικά πράγματα για διαφορετικούς πελάτες.

Οι εμπειρογνώμονες της «Παιχνιδιοποίησης του Περιεκτικού και Αειφόρου Τουρισμού στη Σχολική Εκπαίδευση», θέλουμε οι πτυχές της

βιωσιμότητας να είναι ένας από τους παράγοντες που οι καταναλωτές θα θεωρούν ως στοιχείο λήψης αποφάσεων.

Για να διασφαλιστεί ότι επιτυγχάνονται οι στόχοι της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, είναι απαραίτητο όχι μόνο οι εγκαταστάσεις καταλυμάτων να είναι εξοπλισμένες για τη βελτιστοποίηση των περιβαλλοντικών τους επιπτώσεων, αλλά και οι επισκέπτες να είναι ολοένα και πιο ευαίσθητοι σε θέματα αειφορίας.

Σε αυτό θεμελιώδη ρόλο παίζει και ο τουριστικός φορέας, καθώς έχει και εκπαιδευτικό παράγοντα. Για να γίνουν οι διακοπές πραγματικά ελκυστικές, ο τουριστικός φορέας πρέπει να εκπαιδεύσει τον πελάτη σχετικά με την αξία της προσφοράς του.

Ένας πελάτης μπορεί να μην μπορεί να αναγνωρίσει ότι η ντομάτα που χρησιμοποιήσατε για να ετοιμάσετε τα ζυμαρικά έχει τοπική προέλευση και μηδέν χιλιόμετρα, αν δεν του το πείτε και δεν του εξηγήσετε τις ιδιαιτερότητές της.

Ακριβώς όπως ένας πελάτης μπορεί να μην γνωρίζει ότι ένα συγκεκριμένο παρασκεύασμα ή η προέλευση ενός κρασιού μπορεί να καλύψει ορισμένες απαιτήσεις βιωσιμότητας και να έχει συγκεκριμένα οφέλη.

Σχεδόν ένας πελάτης δεν γνωρίζει πραγματικά λεπτομερώς την έννοια του «βιολογικού συστατικού» ή του «βιοδυναμικού κρασιού».

Οι τουριστικές εταιρείες, ενώ δίνουν αξία στις προσφορές τους, μπορούν να εκπαιδεύσουν τον πελάτη για την αξία της προσφοράς τους. Η ενίσχυση της προσφοράς θα πρέπει να ακολουθεί τον δρόμο της βιωσιμότητας.

Μπορεί να φαίνεται αφηρημένο θέμα ή δύσκολο να επιχειρηματολογήσει κανείς, στην πραγματικότητα απλά πρέπει να κατανοήσετε το κλειδί.

Το να ζεις σε υγιεινά μέρη και να τρως βιώσιμα τρόφιμα είναι καλό για

την υγεία σου. Καθένας από εμάς θέλει να είναι υγιής, επομένως αυτό είναι ένα εξαιρετικό κλειδί για να παρακινήσουμε τους ανθρώπους να κάνουν βιώσιμες επιλογές στον τουρισμό.

Το ίδιο θα μπορούσε να ειπωθεί για όλες εκείνες τις τεχνικές που στοχεύουν στην ενθάρρυνση υγιεινών επιλογών στους πελάτες. Το υγιεινό φαγητό μπορεί να προωθηθεί, αλλά δεν πρέπει να παίρνετε έναν «ιατρικό» τόνο ενώ το κάνετε.

Κανείς στις διακοπές δεν θέλει να αισθάνεται ότι βρίσκεται σε ένα «κλινικό πλαίσιο» ή να σκέφτεται εξαιρετικά σοβαρά ζητήματα, αλλά ο καθένας από εμάς θέλει να διατηρήσει τον εαυτό του και να συμβάλει στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα είναι ένας από αυτούς τους τρόπους. Επομένως, για να ευνοήσουμε βιώσιμες στάσεις και συμπεριφορές πρέπει να τις ορίσουμε και αυτό μπορεί να γίνει και σε ψυχολογικό επίπεδο!

5. ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΣΤΑΣΗ

Σε ένα γνωστικό πλαίσιο, η στάση είναι η νοητική συσχέτιση μεταξύ ενός αντικειμένου και της αξιολόγησής του. Η στάση, λοιπόν, στην ψυχολογία, δεν είναι τρόπος να κάνεις πράγματα, αλλά τρόπος σκέψης. Αυτή η αξιολόγηση μπορεί να είναι θετική, αρνητική, ουδέτερη, περισσότερο ή λιγότερο διατυπωμένη. Επιπλέον, το αντικείμενο δεν είναι απαραίτητα φυσικό αντικείμενο. Πράγματι, μπορεί να είναι μια συμπεριφορά, ένα κοινωνικό αντικείμενο.

Με άλλα λόγια, η στάση είναι η απάντηση στην ερώτηση "τι πιστεύετε για το Χ;" ή "πώς αξιολογείς το Χ;"

Τότε η προϋπόθεση αυτής της ερώτησης είναι να γνωρίζουμε το αντικείμενο της στάσης. Ωστόσο, ο γραμματισμός σε θέματα βιωσιμότητας θα μπορούσε να είναι ελάχιστος.

Ένα άτομο μπορεί να μην έχει γνώμη ή γνώση σχετικά με τον αντίκτυπο ορισμένων επιλογών τροφίμων στις εγκαταστάσεις διαμονής και,

επομένως, μπορεί να μην είναι σε θέση να χρησιμοποιήσει αυτή τη γνώση με στρατηγικό τρόπο.

Οι εγκαταστάσεις φιλοξενίας μπορούν να εκπαιδεύσουν σχετικά με αυτό ενώ προσφέρουν τις υπηρεσίες τους. Χρειάζεται απλώς να βρούμε το σωστό κλειδί για να προωθήσουμε βιώσιμες αποφάσεις.

Στις επόμενες παραγράφους βλέπουμε ορισμένες στρατηγικές για να ευνοήσουμε βιώσιμες επιλογές.

6. ΜΗΧΑΝΙΚΗ ΜΕΝΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Η μηχανική μενού είναι μια τεχνική που εφαρμόζεται στη δημιουργία μενού με σκοπό την ενθάρρυνση ορισμένων επιλογών στον καταναλωτή. Τακτοποιώντας τα ερεθίσματα, τα κείμενα, τα περιεχόμενα, τις τιμές του μενού, γίνονται πιο εμφανείς οι επιλογές μενού που θέλετε να προτιμήσετε.

Κλασικά, αυτή η τεχνική εφαρμόζεται για να ευνοήσει το μέγιστο κέρδος (άρα όχι μόνο σε υψηλότερη μέση τιμή ανά πελάτη αλλά ακριβώς σε αυτό που κάνει την εταιρεία να έχει υψηλότερο εισόδημα, για παράδειγμα, ευνοώντας εκείνα τα παρασκευάσματα που έχουν χαμηλό κόστος παραγωγής και υψηλό περιθώριο κέρδους).

Είναι σημαντικό να διασφαλίσετε και να βελτιώσετε ότι η εγκατάσταση διαμονής σας έχει τη σωστή οικονομική αξία, διαφορετικά η επιχείρηση δεν θα ήταν βιώσιμη σε οικονομικό επίπεδο.

Ταυτόχρονα, οι τεχνικές της μηχανικής μενού μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να ευνοήσουν υγιεινές και βιώσιμες επιλογές, για να το κάνετε αυτό μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τις ίδιες μεθόδους που εφαρμόζονται στην κλασική μηχανική μενού, με ορισμένες προφυλάξεις.

Εν τω μεταξύ, μπορούμε να αρχίσουμε να λέμε ότι οι ακρογωνιαίοι λίθοι του Μηχανικού Μενού απαιτούν μεγάλη ποικιλία τεχνογνωσίας:

- μελέτη του ανθρώπινου παράγοντα: η γενική ψυχολογία και η ψυχολογία της λήψης αποφάσεων είναι μερικές από τις επιστήμες που μελετούν τη μηχανική μενού. Η γνώση ότι η διάταξη των ερεθισμάτων στο χώρο μπορεί να ευνοήσει ορισμένες επιλογές είναι ένα στοιχείο που συνδέεται με την αντίληψη που είναι ένα θέμα που αναλύεται από τη γενική ψυχολογία

- στατιστικά: οι υποθέσεις διατυπώνονται στο μενού μηχανικής, γενικά συνδεδεμένες με τις οποίες θα είναι οι προτιμώμενες επιλογές, ωστόσο αυτές οι υποθέσεις πρέπει να μελετηθούν και να επαληθευτούν μεμονωμένα για να κατανοηθεί η ορθότητά τους

- γραφικά: η επιλογή οπτικών στοιχείων μπορεί να ευνοήσει ορισμένες φιλικές προς το περιβάλλον επιλογές τροφίμων ή να μειώσει την πιθανότητα αγοράς

Το πρώτο πράγμα που πρέπει να κάνετε στον καθορισμό ενός μενού είναι να προετοιμάσετε μια μεγάλη ποικιλία βιώσιμων επιλογών, ώστε να εξακολουθούν να αποτελούν την κύρια επιλογή σε κάθε περίπτωση. Πρέπει πάντα να αναγνωρίζεται, στην πραγματικότητα, ότι η βιωσιμότητα δεν είναι το μόνο κριτήριο για τη δημιουργία ενός μενού και υπάρχουν επίσης μια άλλη σειρά αρχών που πρέπει να ληφθούν υπόψη:

1. η μεταβλητότητα πρέπει να ικανοποιείται, οι επισκέπτες που μένουν για μεγάλο χρονικό διάστημα μπορεί να μην τους αρέσει να βρίσκουν πάντα τα ίδια πιάτα. Επομένως, η λίστα θα μπορούσε επίσης να είναι σύντομη για την αποφυγή σπατάλης συστατικών και τη μείωση της σπατάλης τροφίμων, αλλά δεν μπορούμε να περιμένουμε ότι αυτή η σύντομη λίστα θα είναι η ίδια για μέρες.

2. Η μεταβλητότητα θα πρέπει επίσης να διασφαλίζει ότι το μενού περιλαμβάνει (π.χ. αποφυγή χοιρινού κρέατος για όσους δεν το τρώνε για θρησκευτικούς λόγους, προσφορά της σωστής μεταβλητότητας για την αποφυγή ορισμένων αλλεργιογόνων, εξασφάλιση βίγκαν ή χορτοφαγικών επιλογών κ.λπ.)

Εάν η πλειονότητα των επιλογών είναι βιώσιμη σε περιβαλλοντικό επίπεδο, τα στατιστικά στοιχεία μπορούν να είναι μόνο με το μέρος μας. Ωστόσο, αυτά τα στοιχεία πρέπει επίσης να είναι ισορροπημένα και λογικά για να διασφαλίζεται η οικονομική βιωσιμότητα ενός μενού. Ωστόσο, πρέπει πάντα να θυμόμαστε ότι χωρίς οικονομική βιωσιμότητα, δεν υπάρχει επιχείρηση και εάν δεν υπάρχει, δεν μπορούμε να επιτύχουμε την αποστολή της εκπαίδευσης των πελατών σχετικά με τη βιωσιμότητα μέσω του τουρισμού.

7. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΠΡΩΤΑΤΗΡΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Το φαινόμενο της πρωτοκαθεδρίας είναι ένα κλασικό φαινόμενο μνήμης, γνωστό στην ψυχολογία από τον 19ο αιώνα. Θυμόμαστε τα πρώτα στοιχεία μιας λίστας πιο εύκολα από τα τελευταία.

Αυτό φυσικά αναφέρεται άμεσα στον τρόπο που δημιουργούμε μενού. Επιπλέον, όλοι είμαστε εκπαιδευμένοι να διαβάζουμε ένα κείμενο από την αρχή.

Μπορείτε να κάνετε στρατηγική χρήση του πρώτου στοιχείου στη λίστα με διάφορους τρόπους. Ένας κλασικός τρόπος χρήσης του εφέ υπεροχής είναι να τοποθετήσετε μια απολύτως φθηνή επιλογή φαγητού με καλό περιθώριο ως πρώτο στοιχείο στη λίστα.

Εάν ο πελάτης διαβάσει πρώτα αυτό το στοιχείο, θα τείνει να υπερεκτιμά το όφελος των επιλογών γενικά σε σύγκριση με το οικονομικό κόστος.

Πρέπει επίσης να λάβουμε υπόψη ότι τα πιο διαβασμένα στοιχεία μιας λίστας δημιουργούν ένα είδος αναφοράς που θα χρησιμοποιηθεί για να γίνουν συγκρίσεις. Αυτό το φαινόμενο ονομάζεται «αγκυροβόληση» στην ψυχολογία.

Μια πίτσα 11 ευρώ θα φαίνεται ακριβή αν η άγκυρα αναφοράς είναι 3,5 ευρώ. Η ίδια πίτσα στα 11 ευρώ θα φαίνεται φθηνή σε ένα μέρος όπου

το αγκυροβόλιο είναι 13 € ή σε ένα πλαίσιο όπου ένα κυρίως πιάτο πωλείται κατά μέσο όρο 25 €. Αυτό συμβαίνει επειδή τα πρώτα στοιχεία μιας λίστας θεωρούνται ως ένα είδος νοητικού σημείου αναφοράς.

Αυτή η λογική ισχύει ιδιαίτερα για τα μενού a la carte, είτε αναφέρονται σε πιάτα είτε σε υπηρεσίες που προσφέρει ένα ξενοδοχείο (π.χ., μπορείτε να εφαρμόσετε παρόμοιες διαδικασίες σε μια σειρά περιποιήσεων SPA).

Στα ξενοδοχεία, όμως, υπάρχουν και τύποι πλήρους διατροφής που επομένως δεν έχουν προσφορά. Η φόρμουλα all-inclusive συχνά περιλαμβάνει και ποτά και ο πελάτης επιλέγει μεταξύ 4 επιλογών ανά πιάτο, χωρίς η άγκυρα να αναφέρεται σε τιμή επειδή δεν υπάρχει καμία.

Σε αυτήν την περίπτωση, το πρώτο στοιχείο στη λίστα μπορεί ακόμα να επιλεγεί από τα πιο βιώσιμα για να ευνοηθεί η επιλογή τους.

8. ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΗ ΜΝΗΜΗ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΟ ΖΕΥΓΑΡΙΟ

Η μνήμη μας λειτουργεί με συνειρμούς, αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό στην κουζίνα, όπου οι συνδυασμοί ή η σειρά των πιάτων επιλέγονται με βάση μια λογική γεύσεων. Μέσω μιας σοφής προετοιμασίας του μενού ή των στρατηγικών μπορούμε να ευνοήσουμε βιώσιμες επιλογές με βάση τα προτεινόμενα ζευγάρια. Για παράδειγμα, η επιλογή ενός πιάτου με ψάρι ως πρώτο πιάτο τείνει να θυμίζει ένα ψάρι ή λαχανικά ως δεύτερο. Εάν η πρώτη επιλογή είναι υγιής / βιώσιμη, θα τείνουμε να συσχετίζουμε άλλες υγιείς και βιώσιμες επιλογές ως επιλογές. Ένα άτομο που δίνει ιδιαίτερη προσοχή στην πρώτη επιλογή θα τείνει να επιλέγει με συνέπεια μια δεύτερη επιλογή προς την ίδια κατεύθυνση.

Αυτή η συσχετιστική μνήμη μπορεί να ενεργοποιηθεί με διάφορους τρόπους:

- Προτείνετε ένα entrée ή ένα amuse bouche που θυμίζει υγιή και βιώσιμα στοιχεία, αυτό θα τείνει επίσης να προσανατολίσει τις μελλοντικές επιλογές προς την ίδια κατεύθυνση.

- Εξηγήστε μερικές προτάσεις σύζευξης στο μενού. Για παράδειγμα, ένα βιώσιμο πιάτο θα μπορούσε να συσχετιστεί με βιοδυναμικά κρασιά. Η εξήγησή του ως πιθανός συνδυασμός οδηγεί τον πελάτη να αναρωτηθεί τι είναι ένα βιοδυναμικό κρασί, να έχει αναλυτικές πληροφορίες από τον σερβιτόρο και άρα να το επιλέξει. Πρέπει πάντα να θυμόμαστε ότι είναι απαραίτητο να παρέχουμε έναν λόγο για να αγοράσουμε, να εξηγήσουμε τις έννοιες και να τον εκπαιδεύσουμε σχετικά με την αξία της προσφοράς

- Δημιουργήστε μια βιώσιμη ακολουθία: π.χ. μια γευσιγνωσία που βασίζεται εξ ολοκλήρου στη βιώσιμη ή πράσινη κουζίνα

- Δημιουργώντας μια ad hoc σελίδα μόνο για βιώσιμες επιλογές, με τέτοιο τρόπο ώστε να καθοδηγεί την προσοχή επιλεγμένων χρηστών σε επιλογές αυτού του τύπου (π.χ. "βιώσιμα κοκτέιλ", "μενού μηδενικών χιλιομέτρων" κ.λπ.)

Η σημασία του κορεσμού του μενού με βιώσιμες επιλογές είναι ωστόσο σημαντική, όπως καταδεικνύεται από μια έρευνα των Parkin και Attwood (2020) με τίτλο «Προσεγγίσεις σχεδιασμού μενού για την προώθηση βιώσιμων επιλογών για χορτοφάγους κατά το φαγητό». Σε αυτή τη μελέτη, οι ερευνητές ήθελαν να αξιολογήσουν ποιοι παράγοντες σχεδιασμού μενού θα μπορούσαν να επηρεάσουν την επιλογή των χορτοφαγικών τροφίμων. Οι μεταβλητές που εξετάστηκαν ήταν οι εξής:

- Επίπεδο κορεσμού μενού, όταν συγκρίνετε μενού που είχαν 25, 50 ή 75% επιλογές για χορτοφάγους στο μενού

- Η παρουσία του συμβόλου V για να υποδηλώνει τη χορτοφαγική επιλογή στις συγκεκριμένες επιλογές vegan τροφίμων

Η έρευνα επικεντρώθηκε σε μη χορτοφάγους για να κατανοήσει πώς αυτοί οι παράγοντες θα μπορούσαν να τους κάνουν να κλίνουν προς μια χορτοφαγική επιλογή, παρόλο που αυτή δεν ήταν η επιλογή τους.

Η έρευνα είχε ήδη δείξει ότι παρόλο που το σύμβολο "V" μπορεί να είναι ένα κριτήριο που διευκολύνει την επιλογή των χορτοφάγων επειδή

συνοψίζει σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα ότι τα ζωικά συστατικά απουσιάζουν εντελώς σε αυτό το παρασκεύασμα, θα μπορούσαν να έχουν αρνητικό αντίκτυπο στους πελάτες που τρώτε κρέας γιατί λειτουργεί απλώς ως φίλτρο αποκλεισμού.

Σε αυτή τη μελέτη διαπιστώθηκε ότι ο πραγματικός αντίκτυπος στους μη χορτοφάγους δόθηκε από τον κορεσμό του μενού στο 75%. Μόνο σε αυτή την περίπτωση προέκυψαν σημαντικές διαφορές στην υπεροχή των σαρκοφάγων πελατών να επιλέγουν πιο συχνά πιάτα για χορτοφάγους.

Το σύμβολο V προτάθηκε στα αριστερά ή στα δεξιά του κειμένου σε διαφορετικές πειραματικές συνθήκες για να καταλάβουμε αν αυτό είχε κάποια μορφή επίδρασης, αλλά δεν βρέθηκε σημαντική στατιστική επίδραση.

Ακόμη και ο κορεσμός 50% δεν οδήγησε σε αύξηση των χορτοφαγικών επιλογών για μη χορτοφάγους πελάτες. Αυτή η μελέτη καταδεικνύει τη σημασία του κορεσμού του μενού με τις επιλογές της κατεύθυνσης που θέλετε να ενθαρρύνετε.

Ως εκ τούτου, είναι απαραίτητο να γνωρίζουμε ότι η περιγραφή ενός πιάτου ως χορτοφάγου μπορεί μερικές φορές να αντιπροσωπεύει ένα αρνητικό φίλτρο για όσους δεν τρώνε χορτοφάγους και ως εκ τούτου μειώνει τελικά την πιθανότητα επιλογών, όπως φαίνεται από ορισμένες έρευνες (Bacon & Krpan, 2018; Krpan & Houtsma, 2020). Σε ορισμένες από αυτές τις μελέτες, συγκρίθηκαν διαφορετικοί τύποι πλαισίωσης έναντι υγιεινών τροφίμων συγκρίνοντας περιγραφές χορτοφαγικών, βιώσιμων, κοινωνικών και χωρίς περιγραφή. Η περιγραφή της χορτοφαγικής τροφής ήταν αυτή που οδήγησε συχνότερα στη μη επιλογή τροφής σε προηγούμενες μελέτες. Δεν αποδεικνύουν όλες οι μελέτες ξεκάθαρα ένα φίλτρο για τον αποκλεισμό των διατροφικών επιλογών όταν πρόκειται για χορτοφαγικά τρόφιμα, αλλά είναι σαφές ότι όσοι στοχεύουν να ευνοήσουν τις επιλογές για vegan και βιώσιμες τροφές θα πρέπει να αναρωτηθούν κριτικά ποιες είναι οι καλύτερες στρατηγικές για να ευνοήσουν την επιλογή τους από τους καταναλωτές.

9. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΜΕΝΟΥ ΓΙΑ ΧΟΡΤΟΦΑΓΙΚΑ ΚΑΙ ΑΕΙΦΟΡΑ ΤΡΟΦΙΜΑ

Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να υπογραμμίσετε μια συγκεκριμένη επιλογή φαγητού και αυτοί μπορούν να εφαρμοστούν στις επιλογές που θέλετε να προτιμήσετε, όπως:

- Αφιερώστε μια συγκεκριμένη ενότητα (π.χ. μια σελίδα αφιερωμένη σε βιολογικά, βιώσιμα, ηθικά τρόφιμα κ.λπ.)
- Προσθέστε μια "Σύσταση σεφ". Σαφώς αυτό πρέπει να προστεθεί μόνο σε επιλογές συγκεκριμένου τύπου
- Προσθέστε ένα περιγραφικό στοιχείο. Για παράδειγμα, ένας συγκεκριμένος τύπος πιάτου μπορεί να έχει έναν συγκεκριμένο περιγραφέα ή κάποιες πρόσθετες γραμμές επεξήγησης. Σαφώς αυτή η στρατηγική πρέπει να περιοριστεί σε λίγα πιάτα για να ξεχωρίζει από άποψη προσοχής σε σχέση με τα άλλα. Η προσθήκη περιγραφικών παραγόντων σε όλες τις επιλογές θα κορεστούσε μόνο την προσοχή του καταναλωτή.

10. Η ΨΥΧΟΓΛΩΣΣΙΑ ΤΩΝ ΜΕΝΟΥ

Η ψυχογλωσσολογία είναι ζωτικής σημασίας για τη δημιουργία ενός επιτυχημένου μενού. Οι λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιούμε για να ευνοήσουμε βιώσιμες επιλογές είναι πολύ σημαντικές επειδή δρουν στη συνειρμική μας μνήμη.

Κάθε λέξη που περιλαμβάνουμε στο μενού δεν είναι απλώς μια λέξη αλλά ενεργοποιεί μια ολόκληρη σειρά ψυχικών συνειρμών. Σε αυτά πρέπει να παίζουμε για να ενθαρρύνουμε βιώσιμες επιλογές. Το μενού μας δύσκολα μπορεί να πει τα πάντα σε σύντομο χρονικό διάστημα, επίσης επειδή ο χρόνος είναι περιορισμένος, οι ενέργειες του πελάτη περιορισμένες, η επιθυμία να μάθει νέες πτυχές, στις διακοπές, θα μπορούσε να είναι πολύ περιορισμένη.

Για το λόγο αυτό, πρέπει να αναρωτηθούμε ποιες λέξεις να χρησιμοποιήσουμε για να προωθήσουμε τη βιώσιμη διατροφή.

Για παράδειγμα, πολύ συχνά, για να καταλάβουμε ο ένας τον άλλον, η λέξη «απόβλητα» χρησιμοποιείται για να μιλήσουμε για εκείνα τα μέρη του συστατικού που συνήθως δεν χρησιμοποιούνται. Σαφώς, αυτή η λέξη δεν προκαλεί τίποτα καλό ακόμα κι αν είναι κατά κάποια έννοια αληθινή.

Και τότε ποιος αποφασίζει τι είναι σπατάλη και τι όχι; Επιπλέον, εάν αποφασίσετε να συμπεριλάβετε αυτό το συστατικό στη συνταγή, τεχνικά δεν είναι σπατάλη αλλά είναι αναπόσπαστο μέρος της συνταγής. Αυτό που πολλοί άνθρωποι θεωρούν «απόβλητα» είναι συχνά βρώσιμο, μερικές φορές ακόμη και υγιεινό.

Κανείς συνήθως δεν χρησιμοποιεί φλούδα κάστανου σε παρασκευάσματα. Ωστόσο, αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί με διάφορους τρόπους. Για παράδειγμα, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για καπνιστή παρασκευή (για φαγητό ή ακόμα και ποτό), μπορεί να πάρει διακοσμητικό ρόλο (π.χ. παγωτό κάστανου στη φλούδα του) ή μπορεί ακόμη και να αποσταχθεί και να προσφέρει προστιθέμενη αξία σε ένα παρασκεύασμα.

Τι ιδιότητες έχει η φλούδα του κάστανου; Είναι απαραίτητο να το γνωρίζουμε αυτό για να παρακινήσουμε περαιτέρω βιώσιμες επιλογές. Για να διασφαλιστεί η οικονομική βιωσιμότητα και να διατηρηθεί η κοινωνική αντίληψη του ξενοδοχείου, ο πελάτης δεν πρέπει ποτέ να συμπεράνει ότι «το ξενοδοχείο προτείνει φαγητό που συνήθως θεωρείται απόβλητο», αλλά πρέπει πάντα να βρίσκει έναν συγκεκριμένο λόγο στο μυαλό του. Για παράδειγμα, λίγοι γνωρίζουν ότι η φλούδα κάστανου μπορεί να χρησιμοποιηθεί για καλλυντικά παρασκευάσματα. Τι σας εμποδίζει να δημιουργήσετε συνεργασία μεταξύ τμημάτων και να επαναχρησιμοποιήσετε τη φλούδα κάστανου για κοσμητικούς λόγους; Θα ήταν μια ιδιαίτερα εξατομικευμένη υπηρεσία γιατί μπορούν να αντιπροσωπεύουν το κεντρικό στοιχείο μιας μάσκας μαλλιών, μιας καλλυντικής κρέμας προσώπου. Επιπλέον, είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικό από την άποψη της οικονομικής βιωσιμότητας καθώς δημιουργεί απόλυτη αποκλειστικότητα. Η συγκεκριμένη μάσκα προσώπου παρήχθη απευθείας

από το ξενοδοχείο, με ντόπια κάστανα και γίνεται λίγο μέρος του πελάτη.

Ως εκ τούτου, ήρθε η ώρα να ενισχύσουμε τη βιωσιμότητα χρησιμοποιώντας λέξεις-κλειδιά που μπορούν να υπογραμμίσουν τις πτυχές της με ελκυστικό τρόπο.

Για παράδειγμα, αντί να χρησιμοποιείτε αληθινές αλλά ακατάλληλες λέξεις όπως «απόβλητα», «μέρη του συστατικού που δεν χρησιμοποιούνται» (θυμηθείτε, κανείς δεν έχει αποφασίσει ότι δεν χρησιμοποιούνται) ή ηθικολογικούς όρους που συχνά τείνουν να απορρίπτονται στις διακοπές όπου ουσιαστικά το άτομο δεν θέλει να αντιμετωπίσει κρίσιμα προβλήματα, προσπαθούμε να υπογραμμίσουμε την αξία της χρήσης του συγκεκριμένου «απόβλητου» με διαφορετικούς τρόπους, για παράδειγμα:

- Δώστε έμφαση στις ιδιότητες εκείνου του μέρους του συστατικού που δεν χρησιμοποιείται
- Δώστε έμφαση στη δημιουργικότητα της χρήσης αυτού του μέρους του συστατικού με αυτόν τον τρόπο
- Υπογραμμίστε την προέλευση του συστατικού και ανατρέξτε σε κοντινά μέρη ή χρησιμοποιήστε τις λέξεις μηδέν χλμ

11. ΤΟ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΕΝΟΥ: ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ

Η πανδημία Covid-19 έχει προωθήσει ευρέως τη χρήση ψηφιακών μενού, η ανάγκη να αποφευχθεί όσο το δυνατόν περισσότερο η επαφή με φυσικά αντικείμενα έχει οδηγήσει πολλές εγκαταστάσεις καταλυμάτων και εστιατόρια να υιοθετήσουν τη φόρμουλα του ψηφιακού μενού. Αυτό έχει αναμφισβήτητα πλεονεκτήματα της βιωσιμότητας, αλλά όχι μόνο:

- Αποφύγετε τη φυσική επαφή με το μενού και τις πηγές μετάδοσης

- Όσον αφορά τα μενού της ημέρας, αποφύγετε τη συνεχή εκτύπωση μενού και την κατανάλωση χαρτιού

- Όσον αφορά τα *à la carte* μενού, το ίδιο πρόβλημα προκύπτει καθώς το σταθερό μενού πρέπει να απολυμαίνεται κάθε φορά και σε ορισμένες παραγωγές η διαδικασία είναι πολύπλοκη ή δύσκολη στην εφαρμογή.

Σίγουρα λοιπόν υπάρχουν λόγοι υγιεινής και βιωσιμότητας που διευκολύνονται από το ψηφιακό μενού. Ορισμένες εταιρείες εξακολουθούν να αγωνίζονται να αποδεχτούν αυτόν τον ψηφιακό μετασχηματισμό, φοβούνται την εξοικείωση των χρηστών με λιγότερες ψηφιακές δεξιότητες, αλλά στην πραγματικότητα υπάρχουν πολλές λύσεις για την προώθηση της διάδοσης ενός μενού και της χρήσης του ακόμη και για όσους δεν είναι εξοικειωμένοι με τα κινητά τηλέφωνα. Για παράδειγμα, είναι δυνατή η χρήση - με προηγούμενη συναίνεση - συστήματα άμεσων μηνυμάτων για την απευθείας αποστολή ενός pdf με το μενού ή τον σύνδεσμο προς το ψηφιακό μενού, εάν ο κωδικός QR είναι δύσκολο να πλαισιωθεί ή υπάρχουν προβλήματα με το κινητό τηλέφωνο ή άλλο συνθήκες (π.χ. χρήστης που ξεχνά το κινητό του τηλέφωνο στο δωμάτιο).

Αλλά το ψηφιακό μενού έχει πολλά πρόσθετα πλεονεκτήματα που μπορούν να σας βοηθήσουν με τη μηχανική του μενού.

Στην πραγματικότητα, ένα ψηφιακό μενού σάς επιτρέπει:

- Καθοδήγηση διαδικασιών προσοχής. Το μενού χαρτιού, εκτός του ότι είναι λιγότερο βιώσιμο, έχει πολλούς άλλους περιορισμούς. Σίγουρα οδηγεί σε χειρότερες διαδικασίες προσοχής, καθώς μπορεί να περιηγηθεί με αμέτρητους τρόπους, θα μπορούσε να είναι πολύ φορτωμένο με πληροφορίες ή πολύ μεγάλο. Το ψηφιακό μενού σάς επιτρέπει να καθοδηγείτε καλύτερα την προσοχή του πελάτη, π.χ. αναφέροντας 4 επιλογές ανά σελίδα (ορεκτικά, πρώτα πιάτα, δεύτερα πιάτα, συνοδευτικά, επιδόρπια)

- Το ψηφιακό μενού σάς επιτρέπει να κάνετε πιο δημιουργική χρήση

των παρουσιάσεων πιάτων, π.χ. βελτιώνοντας ορισμένες επιλογές με στοιχεία βίντεο.

- Το ψηφιακό μενού σας επιτρέπει να εξαλείψετε τυχόν παρασκευάσματα εκτός αποθέματος, ακόμη και κατά τη διάρκεια του σέρβις. Αυτό μπορεί να συμβεί πιο συχνά στην περίπτωση βιώσιμων παρασκευασμάτων

- Το ψηφιακό μενού σας επιτρέπει να κάνετε πειραματική χρήση της μηχανικής μενού πιο συχνά, προτείνοντας εναλλακτικούς τίτλους των ίδιων πιάτων και αξιολογώντας ποια λειτουργία λειτουργεί καλύτερα

Ας δούμε αναλυτικά καθένα από αυτά τα τεχνικά βήματα και, στη συνέχεια, ας καταλάβουμε πώς να βελτιώσουμε αυτά τα στοιχεία

12. ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΣΤΗ ΜΗΧΑΝΙΚΗ ΤΟΥ ΜΕΝΟΥ

Η προσοχή και η απόφαση είναι στοιχεία που πάνε χέρι-χέρι. Για να ληφθεί μια απόφαση, στην περίπτωση μας - αγορά μιας βιώσιμης επιλογής, πρέπει να καθοδηγήσουμε την προσοχή του πελάτη με γόνιμο τρόπο.

Το μενού χαρτιού καθοδηγεί μόνο εν μέρει τη διαδικασία επειδή:

- δεν μπορεί να προσαρμοστεί με βάση τη συμπεριφορά του χρήστη
- δεν έχει ακολουθία, ένα άτομο μπορεί να το διαβάσει με οποιονδήποτε τρόπο, να παραλείψει ολόκληρα κομμάτια, να μην τα καταλάβει

Το ψηφιακό μενού, από την άλλη, μπορεί να προγραμματιστεί ακριβώς όπως έχει προγραμματιστεί μια εφαρμογή και επομένως μπορεί στην πραγματικότητα να είναι πολύ πιο διαδραστικό από ένα χάρτινο μενού, εμφανίζοντας συγκεκριμένες επιλογές μόνο εάν επιλεγούν ορισμένα πιάτα ή όχι.

Μπορεί να φαίνεται σαν λεπτότητα αλλά δεν είναι. Στην ψυχολογία λήψης αποφάσεων μιλάμε για ένα «δίλημμα πάρα πολλές επιλογές» για να εξηγήσουμε μια κοινή και εγκάρσια διαδικασία στη λήψη αποφάσεων. Σε μια καθαρά λογική-ορθολογική γραμμή, ο καθένας από εμάς θα οδηγούσε να σκεφτεί ότι η ύπαρξη πολλών επιλογών μας επιτρέπει να επιλέγουμε πιο ελεύθερα και ευρύτερα. Αν πρέπει να αγοράσω ένα παγωτό και έχω 200 πιθανές γεύσεις, θα ήταν εύκολο να βρω την προσωπική μου καλύτερη επιλογή. Αν θέλω παγωτό *passion fruit*, το βρίσκω. Αλλά η πειραματική έρευνα φαίνεται να έρχεται σε αντίθεση με αυτή τη διαίσθηση, γιατί αν είναι αλήθεια από τη μία ότι 200 επιλογές εξατομικεύονται καλύτερα από 7 επιλογές, το γνωστικό φορτίο της επιλογής μεταξύ 200 διαφορετικών εναλλακτικών συχνά οδηγεί τους ανθρώπους να μην επιλέξουν και μετά να μην αγοράσουν.

Για τους ίδιους λόγους, ένα μενού που είναι πολύ φορτωμένο με πληροφορίες οδηγεί το άτομο να επιλέξει λιγότερο πιθανές επιλογές.

Τώρα φανταστείτε ότι θέλετε να δημιουργήσετε ένα χάρτινο μενού που χρησιμοποιεί τον συνδυασμό ορισμένων πιάτων και βιολογικών κρασιών. Πιθανότατα θα βρεθείτε με έναν τεράστιο όγκο πληροφοριών που θα αποπροσανατολίσει τον πελάτη.

Ένα ψηφιακό μενού, από την άλλη πλευρά, μπορεί να καθοδηγήσει αυτές τις διεργασίες κατανέμοντας ουσιαστικά την προσοχή. Για παράδειγμα, μπορείτε να προγραμματίσετε το ζευγάρι κρασιού αυτόματα και να εμφανίσετε το ζευγαρωμένο κρασί μόνο στο τέλος της παραγγελίας φαγητού ή μόνο εάν επιλέξετε ένα συγκεκριμένο πιάτο. Με την παρουσίαση μιας πληροφορίας κάθε φορά, η προσοχή του πελάτη θα είναι καλύτερη διαχείριση και η απόφαση του πελάτη θα βελτιστοποιηθεί επίσης.

Δεν υπάρχει συγκεκριμένο κρασί, υπάρχει πρόβλημα με ένα μόνο συστατικό; Μπορείτε να το επεξεργαστείτε ζωντανά και να αποφύγετε την υποβολή επιλογών που δεν είναι διαθέσιμες στον πελάτη, αποφεύγοντας έτσι τη λύπη του πελάτη.

Η λύπη παίζει πολύ ιδιαίτερο ρόλο στη λήψη αποφάσεων και συχνά είναι ισορροπημένη στις στρατηγικές μάρκετινγκ. Πολλοί πολυτελείς οίκοι μόδας εμφανίζουν επίσης αντικείμενα που δεν είναι διαθέσιμα στο ηλεκτρονικό τους εμπόριο, επειδή αυτά μπορούν να δημιουργήσουν την επιθυμία να επιστρέψουν στο ίδιο ηλεκτρονικό εμπόριο για να επαληθεύσουν την πραγματική τους παρουσία. Ή η διαθεσιμότητα εμφανίζεται μόνο για ορισμένα μεγέθη. Είναι πολύ δύσκολο να σκεφτεί κανείς ότι οι γίγαντες της μόδας δεν έχουν επαρκή παραγωγική ικανότητα για να κάνουν τα προϊόντα τους πάντα διαθέσιμα. Είναι ευκολότερο να σκεφτεί κανείς ότι αυτή η στρατηγική χρησιμεύει για να τονώσει την αίσθηση της αποκλειστικότητας και της σπανιότητας ενός δεδομένου περιουσιακού στοιχείου, ευνοώντας έτσι την αντιληπτή αξία του.

Η εμφάνιση ενός πιάτου που δεν είναι διαθέσιμο μπορεί να δημιουργήσει την επιθυμία να το δοκιμάσετε ξανά ή να επιστρέψετε σε ένα συγκεκριμένο μέρος. Σαφώς, ωστόσο, εάν αυτό αποδειχθεί ότι είναι ένα κυρίαρχο χαρακτηριστικό, θα ήταν σίγουρα πρόβλημα (π.χ. εμφάνιση ενός μενού με 10 επιλογές, 5 από τις οποίες δεν είναι διαθέσιμες).

Ένα μενού μπορεί να σας επιτρέψει να εμφανίσετε ή όχι τις τιμές αυτού που επιλέγετε. Για παράδειγμα, εάν το δείπνο ήταν ανοιχτά δώρο από ένα από τα μέρη ή προσφέρθηκε με κάποιο τρόπο, μπορεί να είναι λιγότερο κομψό να δείξετε τις τιμές αυτού που παραγγείλατε, όπως ακριβώς ένα δώρο, μη δείχνοντας την τιμή του αντικειμένου. Αυτό μπορεί να αλλάξει σε ένα ψηφιακό μενού. Ωστόσο, είναι πολύ σημαντικό αυτή η διαδικασία να μην επηρεάζεται από το φύλο. Ένα ιταλικό εστιατόριο που παρείχε μενού με τιμές μόνο για τον άνθρωπο, ακολουθώντας έναν κανόνα που υπονοεί σιωπηρά ορισμένους σιωπηρούς κανόνες (π.χ. "ο άνθρωπος πρέπει να πληρώσει.") έχει εγείρει τη συζήτηση στα γενικά μέσα ενημέρωσης σχετικά με την προκατειλημμένη επικοινωνία με το φύλο στα Ξενοδοχεία.

Ωστόσο, η διασφάλιση ότι το μενού δεν εμφανίζει τις τιμές θα μπορούσε να είναι μια χειρονομία εξατομίκευσης σε όλες εκείνες τις καταστάσεις στις οποίες ο ένας επισκέπτης θέλει να προσφέρει ένα δείπνο

ή μεσημεριανό γεύμα στον άλλο (ανεξαρτήτως φύλου) και θέλει να μην επικεντρωθεί σε οικονομικά αξία του δώρου.

13. ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΚΗ ΧΡΗΣΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΝΟΥ

Ποιες λέξεις να χρησιμοποιήσετε στο μενού; Θα μπορούσαμε και θα έπρεπε να απαντήσουμε ως εξής: μέσω της δημιουργικής χρήσης και στρατηγικής στην επιλογή των καλύτερων λέξεων που προωθούν αυτό το πιάτο, την αξία και την αποκλειστικότητά του. Αυτοί οι παράγοντες ευνοούν την επιλογή των πιάτων στο μενού.

Είναι επίσης αλήθεια, ωστόσο, ότι αυτή η γνώση αναπτύσσεται με μια συχνά διαισθητική προσέγγιση, της οποίας η αποτελεσματικότητα είναι δύσκολο να μετρηθεί. Εξάλλου, όταν επιλέγετε να ονομάσετε ένα πιάτο με έναν συγκεκριμένο τρόπο, ποτέ δεν ξέρετε αν ένας διαφορετικός τρόπος θα ήταν περισσότερο ή λιγότερο ελκυστικός. Για να το κάνετε αυτό, χρειάζεστε μια πειραματική διαδικασία για να το δοκιμάσετε.

Αυτή η εργασία δεν μπορεί καν να εκτελεστεί σε διαφορετικούς χρόνους, καθώς οι στατιστικές αναλύσεις θα είχαν προβλήματα εγκυρότητας. Δεν μπορείτε να συγκρίνετε τον αριθμό των πωλήσεων ενός πιάτου τη μια μέρα με την άλλη. Μπορεί να έχετε διαφορετικό συνολικό αριθμό πελατών, πελάτες με διαφορετικές ανάγκες και ακόμη και άλλη εποχικότητα.

Το ψηφιακό μενού σας επιτρέπει να κάνετε δοκιμές A/B. Το A/B testing είναι μια εξαιρετικά προηγμένη στατιστική τεχνική που σας επιτρέπει να δοκιμάζετε διαφορετικούς τίτλους και προεπιλογές του ίδιου προϊόντος ταυτόχρονα. Αυτό μπορεί να προταθεί συστηματικά στα μενού. Για παράδειγμα, θα μπορούσαμε να αναρωτηθούμε εάν είναι πιο αποτελεσματικό να παρουσιάζουμε ένα πιάτο ως «φρέσκο ψάρι» ή ως «φρεσκοαλιευμένο ψάρι».

Ο καθένας από εμάς θα μπορούσε να βάλει τα δικά του επιχειρήματα

σχετικά με αυτό, αλλά η μόνη πραγματική και αποτελεσματική απάντηση στην επιλογή του περιγραφής μπορεί να γίνει δοκιμάζοντας και τις δύο λέξεις ταυτόχρονα, υποβάλλοντας μια διατύπωση στο 50% των πελατών και μια άλλη διατύπωση στον άλλο 50% των πελατών. Μετρώντας τις πιθανότητες επιλογής από πελάτες που υποβάλλονται στο ίδιο πιάτο με διαφορετικές διατυπώσεις. Με αυτόν τον τρόπο είναι δυνατό να εκτιμηθεί εάν το ένα ή το άλλο επίθετο παράγει μεγαλύτερη πιθανότητα επιλογής. Και μετά χρησιμοποιήστε τη λέξη που δημιουργεί περισσότερες επιλογές την επόμενη φορά.

Για να εφαρμόσετε αυτή την τεχνική πρέπει να λάβετε υπόψη τις ακόλουθες πτυχές:

- πρέπει να εφαρμόσετε και τους δύο τίτλους με την ευκαιρία της ίδιας εκδήλωσης / ημέρας
- Θα πρέπει να λάβετε υπόψη ότι για να είστε σίγουροι ότι πρέπει να υποβάλετε το μενού σε πολλά άτομα. 20 πελάτες δίνουν χαμηλότερη βεβαιότητα από 100 ή 200, επειδή στους 20 πελάτες θα μπορούσαν να υπάρχουν πιο πιθανοί παρεμβατικοί και τυχαίοι παράγοντες (π.χ. πελάτες που δεν επιλέγουν ένα πιάτο λόγω αλλεργιών ή περιορισμών στα τρόφιμα)
- και τα δύο επιλεγμένα μενού πρέπει να λένε την αλήθεια και να συμμορφώνονται με τους κανονισμούς επικοινωνίας τροφίμων

Έτσι η προσπάθεια είναι διπλή αλλά τα αποτελέσματα μπορεί να είναι καλύτερα και μπορούν να αυτοματοποιήσουν τη διαδικασία συλλογής πληροφοριών.

Για να διασφαλίσετε ότι αναλύονται οι πραγματικές διαφορές μεταξύ των τίτλων, συνιστάται να εφαρμόσετε μια στατιστική δοκιμή που ονομάζεται t-test που σας επιτρέπει να ελέγξετε εάν οι διαφορές που βρέθηκαν μεταξύ των δύο τίτλων είναι στατιστικά σημαντικές (π.χ. εάν ο τίτλος Α επιλέχθηκε στο 52 % των περιπτώσεων και το άλλο για το 48% των περιπτώσεων, πιθανώς αυτή η διαφορά καθορίζεται από τυχαίους

παράγοντες).

Με αυτόν τον τρόπο, μπορείτε επίσης να δοκιμάσετε τι διευκολύνει τις βιώσιμες επιλογές. Φυσικά, η πρώτη επιλογή θα ήταν να αυξηθεί η συνολική βιωσιμότητα ολόκληρου του μενού, αλλά θα πρέπει πάντα να θυμόμαστε ότι υπάρχει κάποια μορφή κανόνα. Για παράδειγμα, ορισμένες τροφές πρωινού για άτομα που δεν μπορούν να καταναλώσουν γλουτένη πρέπει να αποθηκεύονται όσο το δυνατόν ασφαλέστερα. Ως εκ τούτου, είναι αναπόφευκτο να έχουν μια συσκευασία που δεν είναι πραγματικά βιώσιμη (μοναδική συσκευασία, κ.λπ.), αλλά ταυτόχρονα είναι απαραίτητο να αποφασίσουμε εάν θα είναι πραγματικά περιεκτικό και θα επιτρέπεται το πρωινό σε όλους ή όχι η προσφορά αυτής της υπηρεσίας. Ομοίως, ένα ξενοδοχείο πρέπει να αναρωτηθεί πόσο βιώσιμο μπορεί να είναι και πόσο μπορεί να εγγυηθεί άλλες πτυχές: ποικιλία της προσφοράς, συμμετοχή της προσφοράς, παρουσία επιλογών για όλους, αριθμός επιλογών.

14. ΠΕΙΣΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΓΙΑ ΒΙΩΣΙΜΟ ΤΡΟΦΙΜΟ

Μια έρευνα των Cozzio, Volgger, Tapline και Woodside (2020) μελέτησε διαφορετικούς τύπους πειστικών μηνυμάτων για να ευνοήσει την επιλογή βιώσιμων τροφίμων και βρήκε κάτι ιδιαίτερα ενδιαφέρον σχετικά με τους τρόπους επιλογής βιώσιμων τροφίμων.

Σε αυτήν την έρευνα που ονομάζεται «Ηθική κατανάλωση φαγητού στους τουρίστες: Δοκιμή των πειστικών δυνατοτήτων των εναλλακτικών μηνυμάτων σε ένα φυσικό περιβάλλον ξενοδοχείου», ο στόχος ήταν να κατανοήσουμε ποια μηνύματα ήταν πιο αποτελεσματικά στην προώθηση βιώσιμων διατροφικών επιλογών σε ένα φυσικό περιβάλλον του ξενοδοχείου.

Θεωρούμε ότι είναι πολύ σημαντικό αυτό το είδος έρευνας να λαμβάνει χώρα σε φυσικά, ρεαλιστικά πλαίσια, η πειραματική έρευνα συνήθως αποτυγχάνει να αναπαράγει περιβάλλοντα της πραγματικής

ζωής, ακόμα κι αν εξακολουθεί να είναι πολύ αποτελεσματική στο να διατηρεί υπό έλεγχο τις ενδιάμεσες μεταβλητές.

Η έρευνα του Cozzio και των συνεργατών του προτείνει τον ίδιο στόχο: την κατανάλωση ηθικών και βιώσιμων τροφίμων. Ήταν τα μηνύματα που άλλαξαν και η στρατηγική της πρότασης. Ειδικότερα, οι στρατηγικές που χρησιμοποιήθηκαν επικεντρώθηκαν εναλλάξ στα ακόλουθα θέματα.

Εκκλήσεις πληροφοριών: η υπόθεση ήταν να δοθούν πληροφορίες που δεν ήταν άμεσα διαθέσιμες στον πελάτη για να τον παρακινήσουν

- τονίστε την τοπική προέλευση των συστατικών
- επισημάνετε τη βιολογική προέλευση των συστατικών
- περιγράφουν τα στοιχεία της βιώσιμης παραγωγής

Βιωματικές εκκλήσεις, δηλαδή η περιγραφή των αισθητηριακών, οπτικών και συναισθηματικών στοιχείων

Ρυθμιστικές εκκλήσεις ή χρήση σιωπηρών κανόνων για να ευνοηθεί η επιλογή (δηλαδή αναφορά σε όλα τα ηθικολογικά στοιχεία της ηθικής και βιώσιμης διατροφής).

Αυτή η μελέτη αποκάλυψε ότι από τους τρεις τύπους πειστικών στρατηγικών, ήταν οι βιωματικές που παρήγαγαν τα καλύτερα πειστικά αποτελέσματα.

15. ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΒΙΩΣΙΜΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΡΑΣΙΝΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΣΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Πολλές μελέτες έχουν δείξει ότι η περιβαλλοντική και οικονομική βιωσιμότητα μπορούν να συμβαδίσουν.

Για παράδειγμα, η μελέτη «Η επιρροή των πράσινων πρακτικών από μη οικολογικά ξενοδοχεία στην ικανοποίηση και την αφοσίωση των πελατών σε ξενοδοχεία και τουριστικές βιομηχανίες» (Yusnita et al., 2017) έδειξε ότι οι πράσινες πρακτικές όχι μόνο αυξάνουν την ικανοποίηση των πελατών αλλά και την αφοσίωση των πελατών. Αυτοί είναι σαφείς προγνωστικοί παράγοντες των οικονομικών αποτελεσμάτων.

Οι αντιλήψεις για τις πράσινες πρακτικές είναι θετικές και βλέπονται καλά από τους πελάτες, δηλώνει μια ποιοτική μελέτη από τους Sungro, Xu, Tun Min (2016) που ονομάζεται «Η αντίληψη των επισκεπτών του ξενοδοχείου για τις βέλτιστες πράσινες πρακτικές: ανάλυση περιεχομένου των διαδικτυακών κριτικών », αυτού του τύπου ανάλυση έλαβε υπόψη 7370 σχόλια του Tripadvisor και εξήγαγε όλο το περιεχόμενο για θέματα βιωσιμότητας. Τα αποτελέσματα είναι θετικά, οι πελάτες αντιλαμβάνονται ένα μεγάλο μέρος των πράσινων πρακτικών ως ειλικρινές στοιχείο για την προώθηση της βιωσιμότητας και τη βελτίωση του περιβάλλοντος γύρω μας (π.χ. συστήματα επαναχρησιμοποίησης βρόχινου νερού, πληροφορίες που δίνονται στους πελάτες για προώθηση της βιωσιμότητας και των συστημάτων μόνωσης στέγης).

ΠΗΓΕΣ

- Bacon, L., & Krpan , D., (2018). (Not) Eating for the environment: the impact of restaurant menu design on vegetarian food choice. *Appetite*, 125, pp. 190-200.
- Chan, ESW, Hon, AHY, Chan, W., Okumus , F. (2014). What drives employees' intentions to implement green practice in hotels? The role of knowledge, awareness, concern and ecological behavior in *International Journal of Hospitality Management*, vol. 40, pp. 20-28.
- Cozzio , C., Volgger , M., Taplin, R., Woodside, A. (2020). Nurturing tourists' ethical food consumption. Testing the persuasive

strengths of alternatives messages in a natural hotel setting. *Journal of Business Research*, vol. 117, pp. 268-279.

- Krpan , D., & Houtsma , N. (2020). To veg or not to veg? The impact of framing on vegetarian food choice. *Journal of Environmental Psychology*, 67, 101391.
- Parkin, B., Attwood, S., (2020) Menu design approaches to promote sustainable vegetarian food choices when dining.
- Sungpo , Y., Xu , L., Tun-Min, CJ (2016). Hotel guests' perception of best green practices: A content analysis online reviews in *Tourism and Hospitality Research* , vol. 18 issue 2, pp. 191-202.
- Yusnita , Y., Zainudin , A., Kamarzaman , J., Yahaya , I. (2017). The influence of green practices by non-green hotels and tourism industries. *International Journal of Green Economics*, vol. 11, n.1.

ΣΧΕΤΙΚΑ

Η Igor Vitale International srls (IVI srl) είναι μια ΜΜΕ εταιρεία εκπαίδευσης που βρίσκεται στη Φότζια της Ιταλίας.

Η IVI srl έχει στόχο να προωθήσει την εκπαίδευση και την κατάρτιση μέσω ειδικών μαθημάτων στον τομέα της σχολικής εκπαίδευσης, της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης, της εκπαίδευσης ενηλίκων, της εκπαίδευσης νέων.

Η IVI srl εστιάζει στην προώθηση της κοινωνικής ένταξης, στις δίκαιες πρακτικές εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, στη βελτιωμένη αξιοποίηση των ψυχολογικών εργαλείων και στην εφαρμογή σε όλα τα επίπεδα.

Οι αρμοδιότητες των ειδικών της IVI srl περιλαμβάνουν:

- Εφαρμοσμένη ψυχολογία: οι ειδικοί της IVI srl είναι πιστοποιημένοι ψυχολόγοι με εις βάθος εμπειρία σε διάφορους τομείς παρέμβασης όπως: κλινική ψυχολογία, ψυχολογία τέχνης, εργασιακή και οργανωτική ψυχολογία, κοινωνική ψυχολογία, τουριστική ψυχολογία και εγκληματολογική ψυχολογία

- **Ψυχομετρία και έρευνα:** οι ειδικοί της IVI srl έχουν ικανότητες στη δημιουργία ψυχομετρικών εργαλείων και ερωτηματολογίων για την ψυχολογική αξιολόγηση, έρευνες, ερωτηματολόγια για τη μέτρηση των στάσεων και την ανάλυση συμπεριφοράς. Τα μέλη της IVI srls έχουν ικανότητες σε εφαρμοσμένες στατιστικές και έρευνα, απαραίτητες για τη σωστή αναφορά και ανάλυση δεδομένων
- **Δημιουργία Ψηφιακού Περιεχομένου:** οι ειδικοί της IVI srl είναι ειδικοί στη δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου, με δυνατότητα προγραμματισμού ιστοσελίδων, καμπανιών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μέσω autoresponders, καμπανιών μέσων κοινωνικής δικτύωσης, διαδικτυακής κειμενογράφου και γραφικών. Ο ιδρυτής της IVI srl δημιούργησε έναν ιστότοπο με περισσότερες από 1 εκατομμύριο προβολές/έτος, 24 ώρο ψηφιακό περιεχόμενο δωρεάν για λήψη με εκπαιδευτικούς σκοπούς και μια καμπάνια ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με περισσότερα από 54.000 παραλήπτες. Οι ειδικοί της IVI srl μπορούν να δημιουργήσουν Εκπαιδευτικές εφαρμογές Ιστού, συμβατές με Android.
- **Κατασκευή βίντεο και φωτογραφία:** οι ειδικοί της IVI srl έχουν ικανότητες στον τομέα της παραγωγής βίντεο και άλλου υλικού, συμπεριλαμβανομένης της φωτογραφίας, των τεχνών, της δημιουργίας βίντεο, της επαγγελματικής δημιουργίας ήχου για εκπαιδευτικούς σκοπούς
- **Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη:** η αποστολή της IVI srl είναι η προώθηση της κοινωνικής ευθύνης στο εργασιακό και οργανωτικό περιβάλλον
- **Οργάνωση και υλοποίηση Εκπαιδευτικών Μαθημάτων και Διεθνών Συνεδρίων:** Η IVI srls περιλαμβάνει ειδικούς που ειδικεύονται στη δημιουργία μαθημάτων κατάρτισης και μη τυπικής εκπαίδευσης λαμβάνοντας υπόψη όλα τα επίπεδα δημιουργίας μαθημάτων: ανάλυση αναγκών, οργάνωση, υλοποίηση, αναφορά και βελτιστοποίηση

Η IVI srl μπορεί να διασφαλίσει τον σωστό αντίκτυπο της διάδοσης των υλικών του έργου μέσω διαδικτυακών καναλιών, συμπεριλαμβανομένων των ακόλουθων πόρων:

- ιστότοπος του ιδρυτή, με 1 εκατομμύριο προβολές/έτος
- σύστημα αυτοματισμού e-mail με περισσότερους από 54000 συνδρομητές που ενδιαφέρονται για την εκπαίδευση

- σελίδα στο Facebook αφιερωμένη στην ψυχολογία ("Psicologia") με περισσότερους από 36.000 ακόλουθους
- σελίδα Youtube "Igor Vitale", με περισσότερους από 14.500 συνδρομητές και 2 εκατομμύρια προβολές

Αυτοί οι πόροι θα χρησιμοποιηθούν για την προώθηση της διάδοσης του περιεχομένου και του υλικού του έργου σε σχετικά μέλη των ομάδων-στόχων και για την προσέγγιση σχετικού αριθμού εξωτερικών οργανισμών που θα συμμετάσχουν στην εκμετάλλευση και αξιοποίηση των υλικών του έργου.



4. Πώς να προωθήσετε τουριστικές δραστηριότητες χωρίς αποκλεισμούς

Liceul Tehnologic de Turism Calimanesti

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η προστασία και η διατήρηση του περιβάλλοντος είναι ένα παγκόσμιο ζήτημα για την ανθρωπότητα σήμερα. Η τεχνική πρόοδος φέρνει μαζί της, μαζί με πολλά οφέλη για την ανθρωπότητα, ένα πλήθος στερήσεων, καθώς και ένα πλήθος ουσιών, που ονομάζονται «ρυπαντές», που απειλούν να καταστρέψουν το περιβάλλον.

Η τουριστική ανάπτυξη, η προστασία της φύσης, των φυσικών της πόρων, της βιολογικής ποικιλότητας και των οικολογικών δομών που την καθορίζουν, είναι θέμα εθνικής μέριμνας.

Ο τουριστικός σχεδιασμός είναι μια διεπιστημονική διαδικασία που περιλαμβάνει οικονομικά, τουριστική οργάνωση, οικολογία, φυσικές επιστήμες, αρχιτεκτονική, γεωγραφία, ψυχολογία και κοινωνιολογία και απαιτεί λεπτομερείς μελέτες της περιοχής και αξιολόγηση των επιπτώσεων του τουρισμού στο περιβάλλον.

Η μη εθνική βιομηχανική και τουριστική ανάπτυξη έχει ως αποτέλεσμα απροσδόκητα φαινόμενα και δείχνει ότι το περιβάλλον δεν μπορεί πλέον να απορροφήσει το πλήθος των απορριμμάτων που προκύπτουν από διάφορες ανθρώπινες δραστηριότητες. Ο ρύπος μπορεί να είναι στερεή, υγρή, αέρια ουσία ή με τη μορφή ενέργειας (ηλεκτρομαγνητική, ιονίζουσα, θερμική, ακτινοβολία θορύβου ή δόνησης) η οποία, όταν εξαπλωθεί στο περιβάλλον, αλλοιώνει την ισορροπία της και προκαλεί βλάβες σε ζωντανούς οργανισμούς ή υλικά αγαθά.

Η άμεση επίδραση των ρύπων που απελευθερώνονται στην ατμόσφαιρα από μια πηγή συμβαίνει σε σχετικά κοντινή απόσταση από την πηγή, σε αποστάσεις που κυμαίνονται από δεκάδες μέτρα έως εκατοντάδες χιλιόμετρα, ανάλογα με την ισχύ εκπομπής της πηγής. Όταν η πηγή βρίσκεται σε μια πυκνοκατοικημένη αστική περιοχή, ο πιο σημαντικός παράγοντας που εκτίθεται στην άμεση δράση των ρύπων είναι ο ανθρώπινος παράγοντας, ο οποίος συλλαμβάνει τους ρύπους από την ατμόσφαιρα μέσω της εισπνοής.

Τα σωματίδια από κοιτάσματα άνθρακα και τα κοιτάσματα σκωρίας και τέφρας μπορούν επίσης να συμβάλουν στην ατμοσφαιρική ρύπανση. Πνέοντας σωματίδια στους δυνατούς ανέμους, η ατμόσφαιρα φορτώνεται με ιζηματοποιησίμα και αιωρούμενα σωματίδια, επηρεάζεται ο υδροφόρος ορίζοντας και ως αποτέλεσμα, η ποιότητα του νερού μειώνεται, η βλάστηση, τα δάση καταστρέφονται από την παράνομη, ανεξέλεγκτη αποψίλωση των δασών, η οποία δεν δίνει αρκετά στη φύση. χρόνος για ανοικοδόμηση, η πανίδα επηρεάζεται επίσης από την άμεση αλλαγή του περιβάλλοντος διαβίωσής της, συμπεριλαμβανομένης της υδρόβιας πανίδας λόγω της κατανάλωσης νερού στη γεωργία και της χρήσης φυτοφαρμάκων, με άμεσες επιπτώσεις στο περιβάλλον -- πάνω από το έδαφος, αυξάνοντας τη θερμοκρασία του νερού του ποταμού Mures, κατάντη, το καλοκαίρι περίπου στους 3-7 κελσίου. Οι φυσικές καταστροφές που έπληξαν τον κόσμο πρόσφατα είναι μια δραματική προειδοποίηση για τους ανθρώπους που ζουν σε σύγκρουση με το περιβάλλον τους. Τηλεοπτικά πλάνα περιοχών που καταστράφηκαν από πλημμύρες και καταιγίδες και εικόνες αμέτρητων πόλεων και χωριών που πλημμύρισαν ή απλώς παρασύρθηκαν από άλλες καταστάσεις έκτακτης ανάγκης, κάνουν τους τουρίστες να σκεφτούν δύο φορές καθώς αναζητούν ασφαλείς και ειρηνικούς προορισμούς.

Οι τυφώνες, οι ανεμοστρόβιλοι, οι πυρκαγιές και οι πλημμύρες είναι φυσικά φαινόμενα που έχουν καταστροφικές επιπτώσεις στις κοινότητες και τις περιοχές στις οποίες ζουν. Για ορισμένες κοινότητες, η μόνη λύση σε τέτοιες καταστάσεις είναι η μετεγκατάσταση, δηλαδή η μόνιμη μετακίνηση από την τρέχουσα θέση τους, μακριά από πλημμυρικές πεδιάδες, μακριά από τις απειλές της φύσης. Για άλλους, αειφόρος ανάπτυξη σημαίνει περιορισμό του αριθμού των νέων κτιρίων, ειδικά σε ευάλωτες περιοχές, ανύψωση κατασκευών για τη μείωση του κινδύνου πλημμύρας ή κατασκευή ισχυρότερων, πιο ανθεκτικών κτιρίων που κινδυνεύουν λιγότερο. Ένα είναι βέβαιο: χρειάζονται επείγοντως μέτρα για τη μείωση των μελλοντικών απωλειών.

Τα τελευταία χρόνια, όλες οι χώρες έχουν βιώσει την περιβαλλοντική υποβάθμιση που προκύπτει από την αναποτελεσματική και ανεξέλεγκτη

χρήση ενέργειας και τη βιομηχανική ανάπτυξη και έχουν θεσπίσει νόμους για την προστασία του περιβάλλοντος. Με την πάροδο του χρόνου, η ανάγκη ελέγχου και πρόληψης της ρύπανσης έγινε πιο επιτακτική. Στη Ρουμανία, αυτό ορίζεται επίσης σαφώς στις αναπτυξιακές αρχές και στρατηγικές που ορίζονται στο Κεφάλαιο 1 του Νόμου 137/1995 - Νόμος για την Προστασία του Περιβάλλοντος.

2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

2.3. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις στον τουρισμό

Χωρίς ταξίδια δεν υπάρχει τουρισμός, επομένως η έννοια του βιώσιμου τουρισμού είναι στενά συνδεδεμένη με την έννοια της βιώσιμης κινητικότητας. Από αυτό μπορούν να εξαχθούν δύο σχετικά συμπεράσματα: η εξάρτηση του τουρισμού από τα ορυκτά καύσιμα και η επίδραση του τουρισμού στην κλιματική αλλαγή. Το 72% των εκπομπών CO₂ του τουρισμού προέρχεται από τις μεταφορές, το 24% από τη διαμονή και το 4% από τοπικές δραστηριότητες. Όταν ληφθεί υπόψη ο αντίκτυπος όλων των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, η αεροπορία από μόνη της θα μπορούσε να αντιπροσωπεύει έως και το 75% των κλιματικών επιπτώσεων του τουρισμού.

Η Διεθνής Ένωση Αερομεταφορών (IATA) στοχεύει να είναι ρεαλιστική η απόδοση καυσίμου 2% ετησίως έως το 2050. Ωστόσο, η Airbus και η Boeing αναμένουν ότι τα αεροπορικά επιβατικά χιλιόμετρα θα αυξηθούν κατά περίπου 5% ετησίως. Μέχρι το 2050, άλλοι τομείς της οικονομίας έχουν θέσει ως στόχο να κάνουν σημαντικές μειώσεις στις εκπομπές CO₂, αλλά ο τουρισμός είναι πιθανό να ευθύνεται για το 40% των παγκόσμιων εκπομπών άνθρακα. Η κύρια αιτία είναι η αύξηση της μέσης απόστασης που διανύουν οι τουρίστες, η οποία για πολλά χρόνια αυξάνεται ταχύτερα από τον αριθμό των ταξιδιών που πραγματοποιούνται. «Οι βιώσιμες μεταφορές έχουν πλέον καθιερωθεί ως το κρίσιμο ζήτημα που

αντιμετωπίζει μια παγκόσμια τουριστική βιομηχανία που είναι εμφανώς μη βιώσιμη και η αεροπορία στηρίζει αυτό το πρόβλημα».

Το φαινόμενο της ρύπανσης ενισχύεται από την οδική κυκλοφορία. Τα ταξίδια σε τουριστικούς προορισμούς, ειδικά αν οι αποστάσεις δεν είναι σημαντικές, αλλά όχι απαραίτητα, γίνονται είτε με πούλμαν είτε με ιδιωτικό αυτοκίνητο. Η επιζήμια επίδραση του τουρισμού με αυτοκίνητο γίνεται αισθητή και από την αύξηση της κίνησης στα παραθαλάσσια θέρετρα. Ελλείψει περιορισμών πρόσβασης στα θέρετρα και τους χώρους στάθμευσης, ο τουρισμός με αυτοκίνητο αλλάζει την ποιότητα του αέρα και έχει αρνητικό αντίκτυπο σε συγκεκριμένες θεραπείες σπα.



Εικ. 1.1. Βαριά οδική κυκλοφορία

Οι καταστροφικές ενέργειες ορισμένων τουριστικών δραστηριοτήτων εκδηλώνονται κυρίως στην ακατάλληλη χρήση του περιβάλλοντος για αναψυχή και αναψυχή, σε συνδυασμό με τη βάνανυση ανθρώπινη παρέμβαση στο τοπίο και τους φυσικούς πόρους.



Εικ. 1.2. Ανεξέλεγκτες απορρίψεις λυμάτων

Σε περιοχές υψηλής ελκυστικότητας ευνοούνται δραστηριότητες που θέτουν σε κίνδυνο την ποιότητα του περιβάλλοντος. Τέτοιες περιοχές είναι συνήθως τουριστικά αξιοθέατα που βρίσκονται έξω από σηματοδοτημένες και ειδικά ανεπτυγμένες διαδρομές, όπου η τουριστική κίνηση τείνει να είναι ανεξέλεγκτη.

Η ανεξέλεγκτη τουριστική κίνηση σε φυσικά ή ανθρωπογενή τουριστικά αξιοθέατα συχνά προκαλεί μη αναστρέψιμη ζημιά σε ορισμένα από τα στοιχεία που τα έχουν καθιερώσει ως τουριστικά αξιοθέατα (καταστροφή βλάστησης και χλωρίδας, ζημιές σε δέντρα, ιδιαίτερα δενδρύλλια, λαθροθηρία, υποβάθμιση του τοπίου κλπ.).



Εικ. 1.3.

στάθμευση οχημάτων στην άγρια παραλία στο Vadu

Κάμπινγκ και

Ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα είναι η αστική συμφόρηση. Οι άνθρωποι παντού χτίζουν κάθε εβδομάδα το αντίστοιχο μιας πόλης στο μέγεθος του Βανκούβερ. Αυτό είναι μόνο ένα στατιστικό από μια μεγάλη

μελέτη που υποστηρίζει ότι μέχρι το 2030, οι μεγάλες πόλεις του κόσμου θα έχουν τεράστιες εκτάσεις που θα καλύπτουν πλήρως μια μικρή χώρα. Η μη συστηματική ανάπτυξη των τουριστικών θέρετρων, ιδιαίτερα των θέρετρων, έχει οδηγήσει στην εντατική κατάληψη του χώρου με τουριστικά κτίρια, μερικά από τα οποία είναι ακόμη και αντιαισθητικά και ακατάλληλα για την περιοχή.



Εικ. 1.4. Poiana Brasov.



Εικ. 1.5. Ρουμανική ακτή

Η αναψυχή έχει αρνητικό αντίκτυπο στη βλάστηση. Η βλάστηση επηρεάζεται, λόγω καταπάτησης από τους επισκέπτες, με αποτέλεσμα να μειωθεί ο πολλαπλασιασμός των σπόρων. Τα δέντρα σε χώρους αναψυχής καταστρέφονται από το κόψιμο των κλαδιών ή το σκάλισμα στο φλοιό.



Εικ. 1.6. Επιπτώσεις στη βλάστηση



Εικ. 1.7. Ανασάτωση στο χώρο του μπάρμπεκιου



Εικ. 1.8. Παράνομη υλοτομία

Οι χώροι υγειονομικής ταφής είναι μεταξύ των στόχων που αναγνωρίζονται ότι δημιουργούν επιπτώσεις και κίνδυνο για το περιβάλλον και τη δημόσια υγεία λόγω έλλειψης σχεδιασμού και κακής λειτουργίας.



Εικ. 1.9. Αποθήκη απορριμμάτων σούπερ μάρκετ

Η ζωή των άγριων ζώων διαταράσσεται λόγω των τουριστικών οχημάτων, του θορύβου που παράγουν, της παρουσίας ανθρώπων, της ανθρώπινης δραστηριότητας στον βιότοπο της άγριας ζωής προκαλεί άγχος σε διάφορα είδη. Τα άγρια ζώα επηρεάζονται από την αλλοίωση, τον κατακερματισμό ή την καταστροφή του οικοτόπου. Γενικά, οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες οδηγούν σε μείωση του χώρου και της ειδικής ποικιλότητας, αναγκάζοντας τα ζώα να φιλοξενήσουν την παρουσία των ανθρώπων στον χώρο όπου ζουν και τρέφονται.



Εικ. 1.10. Οι επιπτώσεις του τουρισμού στα ζώα

Η ποιότητα του νερού είναι ένα άλλο θέμα μείζονος ανησυχίας. Τα αιωρούμενα στερεά είναι ένας ορατός παράγοντας στα μάτια των επισκεπτών. Η διέλευση του νερού, η διάβρωση, η κολύμηση, η αποστράγγιση, η τυχαία απόρριψη σκουπιδιών οδηγούν σε αυξημένη αιωρούμενη ύλη, μειώνοντας τη διαύγεια του νερού και την ικανοποίηση των επισκεπτών. Φυσικά, υπάρχουν και παθογόνα επιβλαβή για τον άνθρωπο, με το giardia να είναι μια από τις πιο κοινές ασθένειες που προσβάλλονται σε φυσικές περιοχές.



Εικ. 1.11. Νερό που επηρεάζεται από την ανθρώπινη δραστηριότητα



Εικ. 1.12. Λεκέδες λαδιού στην επιφάνεια του νερού



Εικ. 1.13. Αμμοθύελλα



Εικ. 1.14. Oltchim Rm. Vâlcea

2.4. Θετική επίδραση

Ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους και συνεχώς αναπτύσσεται. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι ενδιαφέρονται να εξερευνήσουν νέους και απομακρυσμένους προορισμούς και πολιτισμούς. Έτσι, οι περιοχές με εξαιρετικούς φυσικούς πόρους προσελκύουν όλο και περισσότερους επισκέπτες, πολύ περισσότερο εάν προσφέρουν επίσης την ευκαιρία να μάθουν για τις παραδόσεις και τα έθιμα άλλων πολιτισμών. Όταν ο τουρισμός και το περιβάλλον συνυπάρχουν αρμονικά, το περιβάλλον επωφελείται από τον τουρισμό. Υπάρχουν πολλά τέτοια παραδείγματα, τα περισσότερα από τα οποία εμπίπτουν σε έναν από τους δύο τύπους: διατήρηση και αποκατάσταση του περιβάλλοντος.

Διατήρηση σημαίνει τη διατήρηση και την ενημερωμένη χρήση του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος. Η διατήρηση και ο τουρισμός συχνά συμβαδίζουν. Πολλά ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία έχουν σωθεί από την καταστροφή χάρη στο ενδιαφέρον των τουριστών για αυτά. Εκατοντάδες σπίτια ιστορικής αξίας στο Ηνωμένο Βασίλειο σήμερα δεν θα ήταν τίποτα άλλο από ερείπια ή κατεδαφίστηκαν εδώ και καιρό δεν ήταν πολύτιμα για τους τουρίστες. Δεν είναι μόνο αρχοντικά σπίτια και κάστρα που έχουν σωθεί με αυτόν τον τρόπο. Το Μουσείο Beamish, κοντά στο Νιούκαστλ, είναι ένα υπαίθριο μουσείο που περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό ταπεινών κτιρίων, όπως καλύβες ανθρακωρύχων και καταστήματα που χρονολογούνται από τις αρχές του 20ου αιώνα. Αυτά σώθηκαν από την κατεδάφιση λόγω της αξίας τους ως τουριστικό αξιοθέατο.

Σε όλο τον κόσμο το περιβάλλον έχει επωφεληθεί από τον τουρισμό με διάφορους τρόπους. Αρκετές χώρες της Ανατολικής Αφρικής, όπως η Κένυα και η Τανζανία, έχουν δημιουργήσει τεράστια εθνικά πάρκα και καταφύγια θηραμάτων για τη διατήρηση της άγριας ζωής, τα πιο γνωστά είναι το Masai Mara και το Seregeti. Το έκαναν αυτό γνωρίζοντας ότι η άγρια ζωή είναι ο σημαντικότερος φυσικός πόρος που προσελκύει τουρίστες στην Ανατολική Αφρική. Πάρκα και φυσικά καταφύγια έχουν καταφέρει να προστατεύσουν πολλά είδη που διαφορετικά θα είχαν καταστραφεί από το ανεξέλεγκτο κυνήγι. Σήμερα στην Κένυα υπάρχουν 13 εθνικά πάρκα και 24 καταφύγια, που αντιπροσωπεύουν περίπου το 7,5% της χερσαίας έκτασης της χώρας. Τα έσοδα από τον τουρισμό μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη διατήρηση του περιβάλλοντος. Για παράδειγμα, πολλές ενορίες στην Αγγλία χρησιμοποιούν τις δωρεές που λαμβάνουν από επισκέπτες για επισκευές και αναστήλωση.

Αποκατάσταση σημαίνει να επαναφέρεις στη ζωή ένα κτίριο ή μια περιοχή και να το αναβιώσεις ως κάτι διαφορετικό από την αρχική του κατάσταση. Ενώ η διατήρηση περιλαμβάνει τη διατήρηση του περιβάλλοντος όσο το δυνατόν πιο κοντά στην αρχική του μορφή, η αποκατάσταση συνεπάγεται σημαντική αλλαγή στη χρήση του περιβάλλοντος. Πολλά κτίρια και περιοχές έχουν σωθεί μέσω του τουρισμού με την αποκατάσταση τους ως τουριστικά αξιοθέατα ή τουριστικά καταλύματα.



Εικ. 1.15. Κάστρο Peles

Η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα σε μια δεδομένη περιοχή έχει επίσης θετικές επιπτώσεις σε ορισμένους οικονομικούς κλάδους, καθώς η ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών μπορεί να τονώσει τον εκσυγχρονισμό των τουριστικών δομών και να τονώσει τους εμπλεκόμενους κλάδους και κλάδους. Ταυτόχρονα, δεν πρέπει να αγνοηθεί ο αντίκτυπος που μπορεί να έχει ο διεθνής τουρισμός στην οικονομία μιας χώρας, παρόμοιος με αυτόν των εξαγωγικών βιομηχανιών.

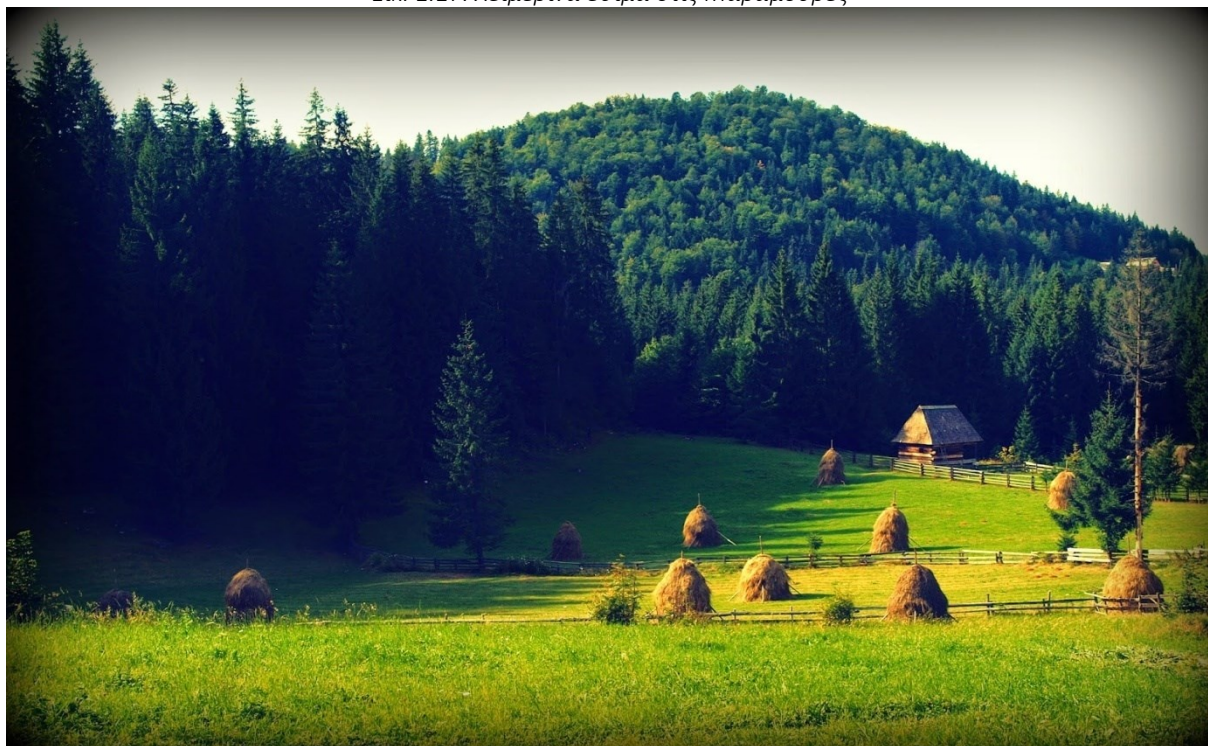


Εικ. 1.16. Φαράγγι Bicaș

Ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους κλάδους και αναπτύσσεται συνεχώς. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι ενδιαφέρονται να εξερευνήσουν νέους και απομακρυσμένους προορισμούς και πολιτισμούς. Έτσι, περιοχές με εξαιρετικούς φυσικούς πόρους προσελκύουν όλο και περισσότερους επισκέπτες, πολύ περισσότερο εάν προσφέρουν επίσης την ευκαιρία να μάθουν για τις παραδόσεις και τα έθιμα άλλων πολιτισμών.



Εικ. 1.17. Χειμερινά έθιμα στις Μαραμούρες



Εικ. 1.18. Γραφική Ρουμανία

2.5. Βιώσιμος τουρισμός

Ο **αιεφόρος τουρισμός** είναι ο τουρισμός που λαμβάνει υπόψη το παρόν και το μέλλον του, τις ανάγκες των επισκεπτών, τις ανάγκες της τουριστικής βιομηχανίας, το περιβάλλον και τις κοινότητες υποδοχής. Ο τουρισμός περιλαμβάνει μεταφορά στον προορισμό, τοπικές μεταφορές, διαμονή, διασκέδαση, αναψυχή, φαγητό και ψώνια. Όλοι συμφωνούμε ότι η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να είναι βιώσιμη, το ερώτημα είναι πώς μπορούμε να το πετύχουμε αυτό;

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί και αντιλήψεις για τον υπεύθυνο τουρισμό. Σύμφωνα με το Κέντρο Υπεύθυνου Τουρισμού, ο υπεύθυνος τουρισμός μπορεί να οριστεί ως «ο τουρισμός που μεγιστοποιεί τα οφέλη για τις τοπικές κοινότητες, ελαχιστοποιεί τις αρνητικές κοινωνικές ή περιβαλλοντικές επιπτώσεις και βοηθά τους ντόπιους να διατηρήσουν εύθραυστους πολιτισμούς και ενδιαιτήματα ή είδη». Ο υπεύθυνος τουρισμός ενσωματώνει όχι μόνο την ευθύνη για το φυσικό περιβάλλον, αλλά και μια ενσωμάτωση της ευαισθητοποίησης για τις οικονομικές και κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, ενώ ο αιεφόρος τουρισμός εστιάζει περισσότερο στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Ο υπεύθυνος τουρισμός θεωρείται συμπεριφορά. Είναι κάτι περισσότερο από μια μορφή τουρισμού, καθώς αντιπροσωπεύει μια προσέγγιση για την ενασχόληση με τον τουρισμό, είτε ως τουρίστας, είτε ως επιχείρηση, ντόπιοι σε έναν προορισμό ή οποιοδήποτε άλλο ενδιαφέρον για τον τουρισμό. Τονίζει ότι όλοι οι ενδιαφερόμενοι είναι υπεύθυνοι για το είδος του τουρισμού στον οποίο αναπτύσσουν ή εμπλέκονται. Αυτό διασφαλίζει ότι οι πάροχοι τουριστικών υπηρεσιών και οι αγοραστές ή οι καταναλωτές είναι υπεύθυνοι. Ενώ διαφορετικές ομάδες βλέπουν την ευθύνη με διαφορετικούς τρόπους, η κοινή αντίληψη είναι ότι ο υπεύθυνος τουρισμός πρέπει να περιλαμβάνει τη βελτίωση του τουρισμού. Ο τουρισμός θα πρέπει να γίνει «καλύτερος» ως αποτέλεσμα μιας υπεύθυνης προσέγγισης του τουρισμού.

Οι βιώσιμοι τουρίστες μπορούν να μειώσουν τον αντίκτυπο του

τουρισμού με διάφορους τρόπους:

- μαθαίνοντας για τον πολιτισμό, την πολιτική και τα οικονομικά των κοινοτήτων που επισκέπτεστε
- πρόβλεψη και σεβασμός των τοπικών πολιτισμών, προσδοκιών και υποθέσεων
- υποστήριξη της ακεραιότητας των τοπικών πολιτισμών ευνοώντας τις επιχειρήσεις που διαφυλάσσουν την πολιτιστική κληρονομιά και τις παραδοσιακές αξίες
- υποστήριξη των τοπικών οικονομιών με την αγορά τοπικών αγαθών και τη συμμετοχή σε μικρές και τοπικές επιχειρήσεις
- εξοικονόμηση πόρων αναζητώντας επιχειρήσεις που έχουν περιβαλλοντική συνείδηση και χρησιμοποιούν τη μικρότερη ποσότητα μη ανανεώσιμων πόρων.

Όλο και περισσότερο, οι τουριστικοί προορισμοί και οι επιχειρήσεις υποστηρίζουν και ακολουθούν τον «υπεύθυνο τουρισμό» ως δρόμο προς τον αειφόρο τουρισμό. Οι πυλώνες του υπεύθυνου τουρισμού είναι επομένως οι ίδιοι με εκείνους του βιώσιμου τουρισμού - περιβαλλοντική ακεραιότητα, κοινωνική δικαιοσύνη και οικονομική ανάπτυξη. Στον υπεύθυνο τουρισμό, τα άτομα, οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις καλούνται να αναλάβουν την ευθύνη για τις πράξεις τους και τον αντίκτυπο των πράξεών τους. Αυτή η μετατόπιση της έμφασης έχει συμβεί επειδή ορισμένα κόμματα.

Οι τοπικές κοινωνίες επωφελούνται από τον αειφόρο τουρισμό μέσω της οικονομικής ανάπτυξης, της δημιουργίας θέσεων εργασίας και της ανάπτυξης υποδομών. Τα έσοδα από τον τουρισμό φέρνουν οικονομική ανάπτυξη και ευημερία σε ελκυστικούς τουριστικούς προορισμούς, που μπορούν να βελτιώσουν το βιοτικό επίπεδο στις κοινότητες προορισμών. Οι φορείς αειφόρου τουρισμού δεσμεύονται να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας για τα μέλη της τοπικής κοινότητας. Η αύξηση των εσόδων από

τον τουρισμό σε μια περιοχή λειτουργεί ως μοχλός για αυξημένη ανάπτυξη υποδομών. Καθώς ο τουρισμός απαιτεί ανάπτυξη σε έναν προορισμό, απαιτούνται πιο εύρωστες υποδομές για την υποστήριξη τόσο των αναγκών της τουριστικής βιομηχανίας όσο και της τοπικής κοινότητας.

Έχει γίνει προώθηση πρακτικών βιώσιμου τουρισμού γύρω από την τοπική ή κοινοτική διαχείριση τουριστικών τοποθεσιών. Αυτή η μορφή τουρισμού βασίζεται στην προϋπόθεση ότι οι άνθρωποι που ζουν κοντά σε έναν πόρο είναι σε θέση να τον προστατεύσουν. Αυτό σημαίνει ότι οι τουριστικές δραστηριότητες και επιχειρήσεις αναπτύσσονται και λειτουργούν από μέλη της τοπικής κοινωνίας και οπωσδήποτε με τη συγκατάθεση και την υποστήριξή τους. Ο αειφόρος τουρισμός συνήθως περιλαμβάνει τη διατήρηση των πόρων που εκτιμώνται για τουριστικούς σκοπούς. Οι ντόπιοι διευθύνουν τις επιχειρήσεις και είναι υπεύθυνοι για την προώθηση μηνυμάτων διατήρησης για την προστασία του περιβάλλοντος τους.

Η κατευθυντήρια αρχή της τουριστικής ανάπτυξης στις προστατευόμενες περιοχές πρέπει να είναι η ορθολογική εκμετάλλευση όλων των φυσικών, ανθρώπινων και πολιτιστικών πόρων με τρόπο που να εξασφαλίζει υψηλή τουριστική ικανοποίηση και ισόρροπες ευκαιρίες ανάπτυξης για τους πληγέντες αγροτικούς οικισμούς.

Κατάλογος τουριστικών δραστηριοτήτων συμβατών με προστατευόμενες περιοχές

- Μελέτη της φύσης, της χλωρίδας και της πανίδας.
- Φωτογραφία, ζωγραφική τοπίου.
- Ορεινή πεζοπορία.
- Ορειβατικές δραστηριότητες.
- Σπηλαιολογικές δραστηριότητες.
- Καταδύσεις.

- Διασχίζοντας την περιοχή με τα πόδια το καλοκαίρι, σκι το χειμώνα.
- Ποδηλασία και κανό σε μικρές ομάδες.
- Επισκέψεις σε πολιτιστικά, ιστορικά και εθνογραφικά αξιοθέατα σε γειτονικούς οικισμούς.
- Εκμάθηση και εκμάθηση παραδοσιακών χειροτεχνιών (αγγειοπλαστική, υφαντική, καλλιτεχνική ξυλουργική, ζωγραφική σε γυαλί κ.λπ.).
- Επίσκεψη οικολογικών μουσείων σε προστατευόμενες περιοχές.
- Παρακολούθηση ταινιών, συμβουλευτική ντοκιμαντέρ και επιστημονικό υλικό για τις προστατευόμενες περιοχές σε τουριστικά κέντρα υποδοχής.

2.6. Παραδείγματα για ένα βιώσιμο περιβάλλον

Ένα ακμάζον φυσικό περιβάλλον είναι μια από τις βασικές προϋποθέσεις για μια επιτυχημένη και βιώσιμη τουριστική προσφορά. Ο πυλώνας στον οποίο βασίζεται η περιβαλλοντική βιωσιμότητα αποτελείται από πέντε στοιχεία: κλίμα, φυσικός πλούτος, ρύπανση, ενέργεια και νερό. Αυτός ο πυλώνας αντιπροσωπεύει τη συνολική υγεία μιας χώρας όσον αφορά το περιβάλλον, τη βιοποικιλότητα και τους φυσικούς πόρους.

Η Μοζαμβίκη βρίσκεται στην κορυφή όσον αφορά την περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Η χώρα έχει πολλά εθνικά πάρκα και προστατευόμενες περιοχές που διαχειρίζεται η ίδια η τοπική κοινωνία. Οι άνθρωποι εδώ προστατεύουν τη βιοποικιλότητα προσφέροντας τουρισμό με βάση τη φύση, που είναι μια εναλλακτική πηγή εισοδήματος.

Η Σλοβενία έχει επίσης ενσωματώσει τον αειφόρο τουρισμό στη

στρατηγική μάρκετινγκ της χώρας με την επιτυχημένη εκστρατεία I Feel sLOVEnia. Το σλοβενικό κράτος είναι ένα από τα ιδρυτικά μέλη του Συνασπισμού Future of Tourism και μέλος του Παγκόσμιου Συμβουλίου για τον Αειφόρο Τουρισμό. Το Βέλγιο έχει υιοθετήσει μια προσέγγιση αναγεννητικού τουρισμού και η Ινδία εργάζεται για μια μετάβαση στις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας για να βοηθήσει στη μείωση των εκπομπών.

Κάθε προορισμός αντιμετωπίζει τις δικές του προκλήσεις για να διατηρήσει ένα υγιές περιβάλλον. Η δημιουργία αξίας είναι θεμελιώδης για την επιτυχία από αυτή την άποψη. Ένα αποτελεσματικό μέτρο είναι ότι το ποσό που συγκεντρώνεται από τις δαπάνες των επισκεπτών παραδίδεται στις τοπικές κοινωνίες. Υπάρχει επίσης ανάγκη να ενθαρρυνθούν οι μεγαλύτερες επισκέψεις ταξιδιωτών και να αυξηθούν οι καθημερινές δαπάνες των ταξιδιωτών, να προωθηθούν οι τοπικοί φορείς και να ληφθεί σοβαρά υπόψη ο εποχιακός τουρισμός.

Σε διεθνές επίπεδο, χώρες με μακροχρόνιες τουριστικές παραδόσεις υιοθετούν εθνικό τουριστικό σχεδιασμό που βασίζεται στην προστασία των δικών τους τουριστικών πόρων. Προκειμένου να αναπτύξουν τον αειφόρο τουρισμό, έχουν εξετάσει τρεις βασικούς στόχους:

- οικονομική - απαραίτητη για τον εντοπισμό, την εκμετάλλευση και την αύξηση της εκμετάλλευσης των τουριστικών πόρων.
- κοινωνικό - ιδιαίτερα με τη βελτίωση του πληθυσμού, την αύξηση της απασχόλησης, την υποστήριξη της πρακτικής των παραδοσιακών χειροτεχνιών και την προσέλκυση του πληθυσμού στον τουρισμό.
- περιβαλλοντικό - σημαντικό για την αποφυγή της περιβαλλοντικής υποβάθμισης και ρύπανσης και για τη διασφάλιση ισορροπημένης, μακροπρόθεσμης εκμετάλλευσης των τουριστικών πόρων.

Μεταξύ των βασικών δράσεων για την προστασία και διατήρηση του περιβάλλοντος και του τουριστικού δυναμικού είναι οι ακόλουθες:

- διατήρηση των φυσικών και ανθρωπογενών τουριστικών πόρων για συνεχή χρήση στο μέλλον.
- βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των τοπικών κοινωνιών.
- καλύτερη γνώση και ευαισθητοποίηση, τόσο του τοπικού πληθυσμού όσο και των επισκεπτών, της ιδέας της διατήρησης του περιβάλλοντος.
- τη συμμετοχή των αρχών και των οικονομικών παραγόντων στην εφαρμογή όλων των συνιστωσών του βιώσιμου τουρισμού.
- τη συμμετοχή των μέσων ενημέρωσης, από τα οποία η τουριστική βιομηχανία εξαρτάται όλο και περισσότερο.

Όσον αφορά το τουριστικό δυναμικό της Ρουμανίας, οι κύριες δράσεις που στοχεύουν στην προστασία και διατήρηση του περιβάλλοντος και των τουριστικών πόρων είναι οι ακόλουθες:

- επιστημονική, ορθολογική εκμετάλλευση των τουριστικών πόρων, ώστε ο ρυθμός εκμετάλλευσης να μην υπερβαίνει τον ρυθμό ανακύκλωσης και αναγέννησης.
- η διαχείριση των τουριστικών πόρων στο πλαίσιο της εκμετάλλευσης όλων των φυσικών πόρων και της προστασίας του περιβάλλοντος.
- τον επαρκή και ανώτατο σχεδιασμό και οργάνωση περιοχών, διαδρομών και στόχων τουριστικού ενδιαφέροντος.
- την οργάνωση και την ορθολογική τουριστική εκμετάλλευση των εθνικών πάρκων και των φυσικών καταφυγίων, διασφαλίζοντας την προστασία τους.
- κατάλληλη οργάνωση των ορεινών περιοχών.
- ανανέωση της τεχνικής και υλικής βάσης του τουρισμού,

προκειμένου να εξασφαλιστεί ανταγωνιστικός και φιλικός προς το περιβάλλον τουρισμός.

- εκπαίδευση σε όλη τη χώρα για το περιβάλλον και το τουριστικό δυναμικό.
- ανάπτυξη οικολογικής συνείδησης στον πληθυσμό και αίσθησης αγάπης και σεβασμού για το έθνος, ιστορικούς χώρους και μνημεία τέχνης και αρχιτεκτονικής που δημιουργήθηκαν με την πάροδο του χρόνου. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της βιώσιμης εκπαίδευσης για το περιβάλλον και το τουριστικό δυναμικό, η οποία θα πρέπει να πραγματοποιηθεί σε όλη τη χώρα, ενσταλάσσοντας μια στάση σεβασμού και υπεύθυνης συμπεριφοράς απέναντι στους φυσικούς πόρους για την προστασία τους.

Το ζήτημα της διατήρησης και προστασίας του περιβάλλοντος και των τουριστικών πόρων πρέπει να θεωρηθεί ως έννοια στο ίδιο επίπεδο σπουδαιότητας με τα ζητήματα γενικής οικονομικής ανάπτυξης.



Εικ. 1.19. Αποθεματικό Βιόσφαιρας Δέλτα του Δούναβη

Η περιβαλλοντική εκπαίδευση για την προστασία της φύσης και του τουριστικού δυναμικού πρέπει να είναι μόνιμο χαρακτηριστικό, που ξεκινά από την παιδική ηλικία και ενισχύεται από εκπαιδευτικά ιδρύματα όλων των τύπων και τάξεων. Στη συνέχεια, μπορεί να αναπτυχθεί περαιτέρω μέσω των μέσων ενημέρωσης σε κύκλους «φίλων της φύσης»,

μέσω διαφόρων ειδικών εκδόσεων και από οδηγούς και οδηγούς κατά τη διάρκεια εκδρομών.

Σε πρώτη φάση, εάν οι τουριστικές δραστηριότητες προγραμματίζονται και πραγματοποιηθούν προσεκτικά, τα περιβαλλοντικά προβλήματα μπορούν να λυθούν από την αρχή. Από αυτή την άποψη, η επιλογή της περιοχής, της οικοτουριστικής διεύθυνσης, είναι καθοριστική προκειμένου να αποφευχθούν μεταγενέστερες συγκρούσεις με το περιβάλλον για παράδειγμα:

- περιορισμός της ζημιάς στο τοπίο με:
 - η τοποθεσία του θέρετρου
 - οργάνωση μεταφορών
 - αρχιτεκτονική
- σεβασμό των ευθυνών τους:
 - τοπικές αρχές
 - οικονομικούς φορείς
 - τον τοπικό πληθυσμό
- εκτίμηση περιβαλλοντικών επιπτώσεων σύμφωνα με τις οδηγίες της ΕΕ, με κάθε χώρα μέλος να υποχρεούται να εισάγει στην εθνική νομοθεσία διατάξεις σχετικά με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις μεγάλων τουριστικών και άλλων έργων.

Αποτελούν μέρος της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης και ομαδοποιούνται σε διάφορες κατηγορίες:

- χωροταξία, η οποία αναφέρεται στη θέση τουριστικού εξοπλισμού και συστημάτων εκτός περιοχών με φυσικό κίνδυνο, διατηρώντας μια ισορροπία μεταξύ κτιρίων και χώρων πρασίνου.

- κανόνες ανάπτυξης που ισχύουν για την κατασκευή τουριστικού εξοπλισμού και εγκαταστάσεων όπως:
- ο εξωραϊσμός και η αισθητική των τουριστικών εγκαταστάσεων και τοποθεσιών δίνουν μια αισθητικά ελκυστική και χαλαρωτική εμφάνιση. Ο σκοπός ενός τέτοιου εξωραϊσμού είναι διπλός: για αισθητικούς λόγους αλλά και για σκιά, προστασία από τις καιρικές συνθήκες, ευαισθητοποίηση της τοπικής βλάστησης και κάλυψη λιγότερο ευχάριστων χαρακτηριστικών.
- μηχανική υποδομής που πρέπει να συμμορφώνεται με τα διεθνή πρότυπα προκειμένου να διασφαλίζεται η ασφάλεια και η περιβαλλοντική ποιότητα.
- μηχανική τουριστικών κατασκευών που απαιτείται από ένα σύνολο παγκόσμιων προτύπων ασφαλείας όπως π.χ:
 - συμμόρφωση με τεχνικούς, κατασκευαστικούς κανονισμούς και κανονισμούς αντοχής.
 - ποιότητα των εγκαταστάσεων: κλίμα θέρμανσης νερού.
 - διευκόλυνση της κίνησης σε επικίνδυνες συνθήκες.
- πρότυπα ποιότητας τουριστικών εγκαταστάσεων, τα οποία καθορίζονται τόσο σε εθνικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο και βρίσκονται σε όλες τις τουριστικές εγκαταστάσεις καταλυμάτων μέσω κανόνων ταξινόμησης και συντήρησης, βάσει των οποίων λαμβάνεται η άδεια λειτουργίας σε αυτήν την κατηγορία
 - την πυκνότητα των κτιρίων σε σχέση με τους χώρους αναψυχής.
 - περιορισμός ύψους των κτιρίων σε σχέση με το φυσικό περιβάλλον και την αρχιτεκτονική του χώρου για αρμονική ενσωμάτωση στο έδαφος.

- το πίσω μέρος των κτιρίων και η θέση τους σε σχέση με τα γενικά στοιχεία του στυλ (δρόμοι, σιδηρόδρομοι, αεροδρόμια).
- ανάπτυξη χώρων στάθμευσης εκτός των δρόμων πρόσβασης.
- πρόσβαση σε παραλίες, πίστες σκι και σε κέντρα και πηγές θεραπείας.
- κανονισμοί που σχετίζονται με τη φυσική ασφάλεια των τουριστών.
- σεβασμός στα παραδοσιακά, τοπικά και εθνικά αρχιτεκτονικά στυλ. Η αρμονία μεταξύ των κτιρίων πρέπει να τηρείται.
- η διαμόρφωση των στεγών, η οποία επηρεάζει την εμφάνιση των κτιρίων.
- τη χρήση τοπικών οικοδομικών χαλιών.
- σεβασμός των κλιματικών συνθηκών.
- προσαρμογή τουριστικών κτιρίων για τη φιλοξενία ηλικιωμένων και ατόμων με αναπηρία.

3.1. Εκπαίδευση δεξιοτήτων καλής πρακτικής

Το τρέχον εκπαιδευτικό σύστημα αντιμετωπίζει μια σειρά από προκλήσεις όσον αφορά την παροχή πρακτικής κατάρτισης για τους μαθητές, ώστε να μπορούν να ενσωματωθούν στη σημερινή μεταβαλλόμενη αγορά εργασίας μετά την ολοκλήρωση του σχολείου. Ως εκ τούτου, εκτός από τις θεωρητικές γνώσεις και δεξιότητες, οι μαθητές πρέπει να αποκτήσουν ικανότητες και δεξιότητες, ιδιαίτερα επιχειρηματικές δεξιότητες. Το μοντέλο «εταιρείας άσκησης» προορίζεται να παρέχει ορισμένα εργαλεία για την επίλυση προβλημάτων που σχετίζονται με την πρακτική εκπαίδευση των μαθητών, δημιουργώντας ένα μοντέλο εικονικής εταιρείας για διδακτικούς σκοπούς στην τάξη/ομάδα μαθητών, προσομοιώνοντας τις δραστηριότητες μιας πραγματικής οικονομικής επιχείρησης και τηρώντας τις αρχές λειτουργίας μιας πραγματικής εταιρείας.

Στο πλαίσιο της εταιρείας άσκησης, οι μαθητές μπορούν να αποκτήσουν αρκετές επιχειρηματικές δεξιότητες, μεταξύ των οποίων μπορούμε να αναφέρουμε:

- κατάρτιση επιχειρηματικού σχεδίου.
- ανάπτυξη έρευνας μάρκετινγκ.
- ανάπτυξη της αποστολής, των στόχων και της δομής του οργανισμού.
- σύνταξη βιογραφικών, επιστολών αιτήσεων, εντολών εργασίας, εκθέσεων δραστηριοτήτων κ.λπ.
- προετοιμασία λογιστικών εγγράφων.

- εργασία με υπολογιστές και άλλο εξοπλισμό πληροφορικής κ.λπ.

Η επιχειρηματική άσκηση βασίζεται στη μάθηση μέσω της πράξης, μια μίμηση μιας πραγματικής εργασιακής κατάστασης με εκπαιδευτικούς στόχους. Είναι μια προσομοίωση μιας πραγματικής εταιρείας, που αντικατοπτρίζει τις λειτουργίες του πραγματικού επιχειρηματικού κόσμου στον επιλεγμένο κλάδο. Το πρακτορείο έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- λειτουργεί ως εργαστήριο θεωρητικής και πρακτικής οικονομικής κατάρτισης.
- • λειτουργεί σαν πραγματική εταιρεία, αλλά με εικονικά χρήματα και αγαθά, σύμφωνα με την πρακτική και τους νόμους που ισχύουν για την εθνική οικονομία.
- • διαμορφώνει γνώσεις για τον χώρο εργασίας, υπό τη μεθοδολογική καθοδήγηση του δασκάλου.
- • προσφέρει την ευκαιρία να συμμετάσχουν στη μαθησιακή διαδικασία εμπειρογνώμονες από την πρακτική σφαίρα.
- • λάθος αποφάσεις, που στην πραγματικότητα θα δημιουργούσαν σοβαρά προβλήματα, εδώ δεν έχουν κρίσιμες συνέπειες, αλλά παρέχουν καταστάσεις μάθησης

Το κεντρικό γραφείο της ROCT είναι υπεύθυνο για τη σχέση μεταξύ των εταιρειών άσκησης και του εξωτερικού περιβάλλοντος, παρέχοντας τις υπηρεσίες που χρειάζονται για να διασφαλίσουν ότι η εργασία τους προσομοιώνει όσο το δυνατόν περισσότερο τη δουλειά μιας πραγματικής εταιρείας.

Το κεντρικό γραφείο της ROCT είναι αυτό που εξουσιοδοτεί, συντονίζει και συμβουλεύει τις εταιρείες άσκησης στη Ρουμανία, αλλά και τις ενσωματώνει και τις εκπροσωπεί στο εθνικό και διεθνές δίκτυο. Η ROCT προσομοιώνει τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται από τα

κρατικά όργανα για την παροχή των απαραίτητων υπηρεσιών για τη λειτουργία των εταιρειών άσκησης (Εμπορικό Μητρώο, Ξενώνας, Διοίκηση Δημοσίων Οικονομικών κ.λπ.), λειτουργεί ως τράπεζα, διασφαλίζει την ανταλλαγή πληροφοριών και επικοινωνία μεταξύ των εταιρειών άσκησης της χώρας και του εξωτερικού, υποστηρίζει, οργανώνει και παρακολουθεί τους διάφορους διαγωνισμούς και έργα που σχετίζονται με τη δραστηριότητα των εταιρειών άσκησης.

3.1.1. Μελέτη περίπτωσης: Ξενώνας Salteluța

Ο ξενώνας Salteluța βρίσκεται 10χλμ. από την πίστα του σκι στην τουριστική περιοχή Voineasa. Φέτος ολοκληρώθηκαν οι εργασίες ανακαίνισης, όπου άλλαξαν όλες οι εγκαταστάσεις στα δωμάτια και τα μπάνια. Τα νέα έπιπλα είναι κατασκευασμένα από μασίφ ξύλο και έχουν ιδιαίτερο σχεδιασμό. Ολοκληρώθηκε και η εσωτερική πισίνα, η οποία θα ολοκληρώσει τον χώρο σπα που αποτελείται από τζακούζι, αίθουσα αλατιού, σάουνα και γυμναστήριο. Η αίθουσα συνεδριάσεων έχει εκσυγχρονιστεί και εξοπλιστεί με νέο εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας. Όλα τα δωμάτια διαθέτουν μπαλκόνι. Το εστιατόριο του ξενοδοχείου είναι self-service, αλλά μπορείτε επίσης να παραγγείλετε a la carte. Το μειονέκτημα είναι ότι η τελευταία παραγγελία λαμβάνεται στις 21.00 και το εστιατόριο κλείνει στις 22.00. Επομένως, οι λάτρεις του σκι που μένουν στις πίστες μέχρι να κλείσουν (9 μ.μ.) προτιμούν να τρώνε σε κοντινό εστιατόριο τα βράδια, τα οποία έχουν εκτεταμένο ωράριο λειτουργίας και θεματικές βραδιές. Η σχολή σκι είναι μια άλλη εγκατάσταση που μπορούν να επωφεληθούν από τους τουρίστες. Όσοι θέλουν να μάθουν σκι και δεν έχουν εξοπλισμό μπορούν να το νοικιάσουν με έκπτωση 50% αν δηλώσουν συμμετοχή στα μαθήματα με τους εκπαιδευτές της σχολής. Κοντά στον ξενώνα, υπάρχουν τρεις εξοχικές κατοικίες όπου μπορείτε να μείνετε σε χαμηλότερες τιμές από ό,τι στο Guest House Salteluța. Αυτά δεν έχουν εκσυγχρονιστεί ακόμα. Οι εργασίες σε μια νέα περιοχή σκι θα μπορούσαν να επηρεάσουν τη δραστηριότητα του θέρετρου. Ο εκσυγχρονισμός και η επέκταση της τουριστικής περιοχής θα αύξανε επίσης τον ανταγωνισμό. Η κρίση ανθρώπινου δυναμικού στην αγορά εργασίας έχει επίσης αντίκτυπο

στις δραστηριότητες της εταιρείας όπως οι νομοθετικές αλλαγές και η τρέχουσα οικονομική κατάσταση. Σύμφωνα με δημοσιεύματα, η σημερινή κυβέρνηση ενδέχεται να εκδώσει διατάγματα για τη διευκόλυνση των ιδιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων.

Στην εταιρεία πρακτικής άσκησης, καθώς η εργασία εκτελείται από τμήματα, αυτή η μέθοδος χρησιμοποιείται συχνά για τη διευκόλυνση της μάθησης με την εναλλαγή των μαθητών σε κάθε τμήμα, λαμβάνοντας έτσι μέρος σε συγκεκριμένες δραστηριότητες και συμβάλλοντας σε όλες τις δραστηριότητες της εταιρείας.

Παράδειγμα: για να αναπτύξετε τη στρατηγική ανάπτυξης της εταιρείας, χωρίστε την ομάδα της εταιρείας σε τέσσερις ομάδες ανάλογα με το μείγμα μάρκετινγκ, δηλαδή τέσσερα θέματα προς συζήτηση: πολιτική προϊόντων/υπηρεσιών, πολιτική τιμών, πολιτική διανομής και πολιτική προώθησης. Η αίθουσα θα διαμορφωθεί με τέτοιο τρόπο ώστε να υπάρχουν τέσσερα στρογγυλά τραπέζια (το καθένα για ένα θέμα συζήτησης) στα οποία θα υπάρχει ένας πίνακας (στον οποίο είναι γραμμένο το θέμα της συζήτησης), ένας έγχρωμος μαρκαδόρος (διαφορετικός για κάθε θέμα) και πιθανώς υλικό τεκμηρίωσης (κατάλογοι, μπροσούρες, κ.λπ.), μπισκότα και καφές/τσάι. Στο πρώτο στάδιο, κάθε ομάδα θα καθίσει σε ένα τραπέζι όπου θα συζητήσει και θα σημειώσει τις ιδέες της σε έναν πίνακα, εντός του χρονικού ορίου (3-5 λεπτά). Όταν τελειώσει ο χρόνος, οι ομάδες θα εναλλάσσονται, τηρώντας τη σειρά μέχρι το τέλος της δραστηριότητας (δεξιόστροφα) και θα συζητούν και θα γράφουν νέες ιδέες σχετικές με το θέμα, οι οποίες δεν βρέθηκαν όπως γράφτηκαν από την πρώτη ομάδα, με τον δείκτη που ξεκίνησε με. Θα ακολουθήσουν άλλοι δύο γύροι, έτσι ώστε κάθε ομάδα μαθητών να έχει φτάσει σε κάθε εργασία για το σπίτι. Οι συμπληρωμένοι πίνακες θα αναρτηθούν στον τοίχο της τάξης και κάθε μαθητής θα έχει την ευκαιρία να διαβάσει όλα όσα έχει συμπληρώσει κάθε ομάδα. Στο τελικό στάδιο, γίνεται μια σύνθεση για κάθε ένα από τα θέματα που συζητήθηκαν και σημειώνονται οι πολύτιμες ιδέες, οι οποίες θα αποτελέσουν τη βάση για την επίτευξη της στρατηγικής ανάπτυξης της εταιρείας.

Μετά την ανάλυση της πραγματικής κατάστασης της εταιρείας και ακολουθώντας τον κύριο στόχο της εταιρείας, που είναι η αποτελεσματικότερη οικονομική δραστηριότητα του ξενώνα, οι φοιτητές έδωσαν την εξής διάγνωση.

Το μεγαλύτερο μερίδιο των εξόδων της εταιρείας δίνεται από την ενέργεια που καταναλώνεται. Ο φωτισμός, η θέρμανση, η κατανάλωση νερού αποτελούν σημαντική προσπάθεια. Αναζητούνται λύσεις. Η μετάβαση στην πράσινη ενέργεια είναι η πιο απτή. Η απόφαση λαμβάνεται για τον εξοπλισμό του ξενώνα με φωτοβολταϊκά πάνελ, τα οποία είναι ικανά να μετατρέπουν το φως (ηλιακή ακτινοβολία) σε δωρεάν ηλεκτρική ενέργεια.

Γνωρίζουμε ότι το κράτος υποστηρίζει τον εξοπλισμό νοικοκυριών και επιχειρήσεων με τέτοιου είδους πάνελ, άρα αναζητούν προγράμματα μέσω των οποίων η εταιρεία μπορεί να έχει πρόσβαση σε μη επιστρεπτέα κεφάλαια για να εξοπλίσει με πράσινη ενέργεια.

Ο βιώσιμος τουρισμός απαιτεί υποστήριξη για τους μικρούς τοπικούς παραγωγούς, επομένως η διοίκηση λαμβάνει την απόφαση να προμηθευτεί βασικά ευπαθή τρόφιμα: κρέας, γάλα, αυγά, λαχανικά, φρούτα και παράγωγα από τοπικούς επιχειρηματίες. Αυτό συντομεύει σημαντικά το ταξίδι του φαγητού, το φαγητό φτάνει φρέσκο στους τουρίστες, προωθεί την οικολογική πλευρά του φαγητού και την τοπική γαστρονομία. Εντοπίζει τοπικούς παραγωγούς στην περιοχή.

Καμία εμπειρία διδασκαλίας, εκπαίδευσης παιδιών ή ενηλίκων, μόνο εμπειρία ως εκπαιδευόμενος στην κλασική, πρόσωπο με πρόσωπο μορφή, αλλά και ως χρήστης εκπαιδευτικών πλατφορμών και διαδικτυακών εφαρμογών ειδικών για την εξ αποστάσεως εκπαίδευση.

Σε αυτή την εργασία, προσπαθήσαμε να παρουσιάσουμε εν συντομία μερικά από τα εικονικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία διδασκαλίας-μάθησης-αξιολόγησης και θα προσπαθήσω να βάλουμε τον εαυτό μας στη θέση του δασκάλου που πρέπει να επιλέξει ανάμεσα σε πολλές εφαρμογές από αυτές που ταιριάζουν καλύτερα στο μάθημα που

διδάσκεται και να τα χρησιμοποιεί δημιουργικά.

3.2. Στρατηγικές προώθησης

Η παραδοσιακή προώθηση μιας εταιρείας, που αποτελείται από πανό, φυλλάδια, διαφημίσεις σε εφημερίδες και τηλεόραση, δεν αρκεί πλέον, για να μην αναφέρουμε ότι μια διαφήμιση σε εφημερίδα ή μια τηλεοπτική διαφήμιση, ακόμη και τοπική, κοστίζει χρήματα και μπορεί να αντιπροσωπεύει μια σημαντική οικονομική προσπάθεια για μια εταιρεία που μόλις ξεκινάει. Η διαδικτυακή διαφήμιση είναι μια φθηνή και αποτελεσματική λύση.

Γιατί είναι τόσο σημαντική η διαδικτυακή προώθηση?



1. Οι διαφημίσεις προσελκύουν πολλούς επισκέπτες

Οι διαφημίσεις είναι αυτές που κεντρίζουν το ενδιαφέρον των θεατών, γιατί μας δείχνουν διαφορετικές πληροφορίες με ευχάριστο και ελκυστικό τρόπο τόσο οπτικά όσο και από άποψη περιεχομένου. Μια προσεκτικά κατασκευασμένη διαφήμιση θα μείνει στο μυαλό σας για μεγάλο χρονικό διάστημα, εάν παρέχει πληροφορίες που μπορεί να χρειαστείτε κάποια στιγμή. Έτσι, εκείνη τη στιγμή θα μπειτε στον πειρασμό να χρησιμοποιήσετε αυτό το προϊόν ή την υπηρεσία που είδατε κάποτε σε μια διαφήμιση.

2. Το διαδικτυακό μάρκετινγκ πάντα αποδίδει

Το διαδικτυακό μάρκετινγκ έχει ισχυρό αντίκτυπο στο κοινό, καθώς διαφημίζει την επιχείρηση και προσελκύει το ενδιαφέρον των επισκεπτών με υποβλητικά λόγια. Μια καλά προωθημένη επιχείρηση θα προσελκύσει ευεργετικά αποτελέσματα. Οι ποιοτικές διαφημίσεις είναι το πιο αντιπροσωπευτικό μιας επιτυχημένης επιχείρησης. Απλώς πρέπει να είναι παρόντες στο σωστό μέρος και να εμφανίζονται με συνέπεια μπροστά στο κοινό-στόχο, το οποίο μπορεί να ενδιαφέρεται για την υπηρεσία ή το προϊόν που παρουσιάζεται.

3. Προώθηση σημαίνει ποιοτική διαφήμιση

Η διαδικτυακή προώθηση γίνεται μέσω επαγγελματικής προσέγγισης. Μια καλοφτιαγμένη διαφημιστική καμπάνια παράγει εκπληκτικά αποτελέσματα σε σύντομο χρονικό διάστημα, όπως μια εντελώς ακατάλληλη διαφήμιση οδηγεί σε αρνητικά αποτελέσματα. Μια επιχείρηση δεν μπορεί να προωθηθεί με επιτυχία εάν εμφανιστούν πληροφορίες που χαλούν την εικόνα της. Οι άνθρωποι αλλάζουν γνώμη πολύ εύκολα. Μια απλή φήμη από την πραγματικότητα μπορεί να διαστρεβλώσει ριζικά την αλήθεια, αλλά η γνώμη τους είναι που μετράει, ακόμα κι αν βασίζεται σε μια απλή φήμη.

Αυτό ισχύει και στη διαφήμιση. Η αντίληψη του κοινού για ένα προϊόν μπορεί να αλλάξει γρήγορα, πράγμα που σημαίνει ότι οι απαιτήσεις μειώνονται και οι πελάτες χάνονται.

4. Η διαδικτυακή προώθηση γίνεται από εξειδικευμένη εταιρεία

Μια σωστή διαφημιστική καμπάνια για μια επιχείρηση είναι αυτή που την βγάζει από την ανωνυμία και της δίνει πολλαπλές ευκαιρίες να επιβληθεί. Οι έμπειροι επαγγελματίες μπορούν να παρέχουν ποιοτική προώθηση που θα φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα.

3.2.1. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Ο Ξενώνας Salteluța

Μια νεοσύστατη επιχείρηση που δεν διαθέτει τους πόρους για να επενδύσει σε ιστότοπους παρουσίασης και δεν διαθέτει μεγάλους προϋπολογισμούς προώθησης μπορεί να χρησιμοποιήσει τα πλεονεκτήματα του διαδικτυακού περιβάλλοντος για να προσεγγίσει το κοινό-στόχο της.

Σε αυτή τη μελέτη περίπτωσης, οι μαθητές θα δείξουν πώς μια νεοσύστατη επιχείρηση, το Guest House Salteluža, μπορεί να βελτιώσει την παρουσία της στο διαδίκτυο και έτσι να προωθήσει αποδράσεις στο βουνό, επαναφόρτιση μπαταριών, χαλάρωση, γαλήνη, ευεξία, αλλαγή σκηνικού, καθαρό αέρα και τα παρόμοια. που μας κάνουν να δούμε το *la vie en rose*.

Σκοπός:

Για να δημιουργήσετε διαδικτυακή προβολή και να προωθήσετε τον ξενώνα ανάμεσα σε περιέργους τουρίστες, σε συνεχή αναζήτηση νέων γεύσεων και εμπειριών.

Λύσεις:

1. Λογαριασμός Google My Business

Η καταχώριση στους Χάρτες Google είναι υποχρεωτική για μια επιχείρηση που έχει φυσική τοποθεσία.

Η ενεργοποίηση γίνεται γρήγορα συμπληρώνοντας μια σύντομη ηλεκτρονική φόρμα. Εντός 14 ημερών το πολύ, η ομάδα της Google θα σας στείλει τον κωδικό ενεργοποίησης ταχυδρομικά για να επικυρώσει τον λογαριασμό σας.

Τα οφέλη ενός λογαριασμού Google My Business είναι:

- μπορεί να εξατομικευτεί με εικόνες από την τοποθεσία σας, που απεικονίζουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρετε.

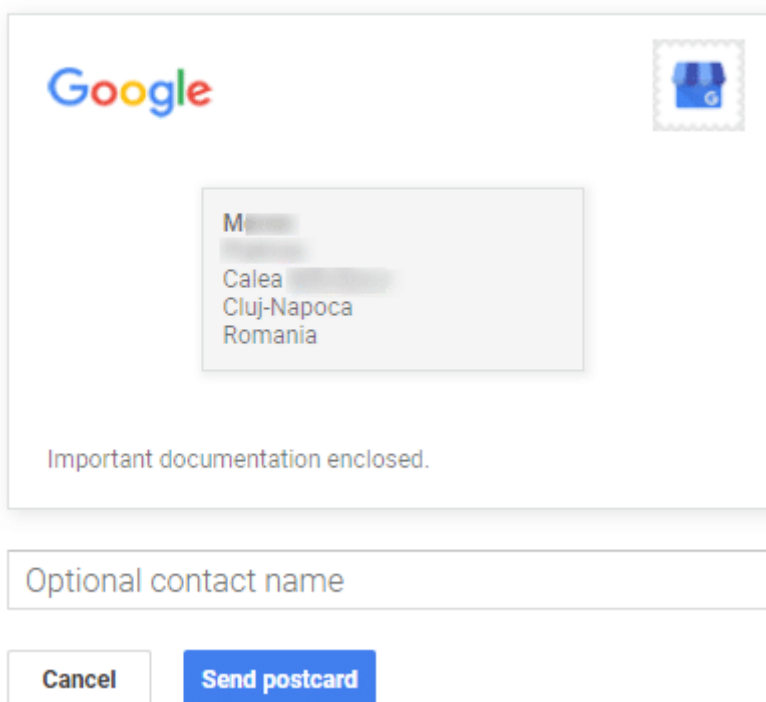
- την επιλογή δημοσίευσης σύντομων αναρτήσεων με αντιπροσωπευτική εικόνα.

- στατιστικά στοιχεία σχετικά με τον αριθμό των χρηστών που ανακάλυψαν τη σελίδα Google My Business, ζήτησαν οδηγίες στους Χάρτες ή κάλεσαν τον αριθμό τηλεφώνου επικοινωνίας.

- Περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες: ο λογαριασμός My Business είναι η τέλεια ευκαιρία να συγκεντρώσετε κριτικές από χρήστες.

Μπορούμε να μάθουμε ποια είναι η εμπειρία του καταναλωτή και ως μπόνους - μπορούμε να τους απαντήσουμε.

Keep an eye out for this postcard — it should arrive with your verification code in 1-2 weeks.



Google

M...

Calea...

Cluj-Napoca

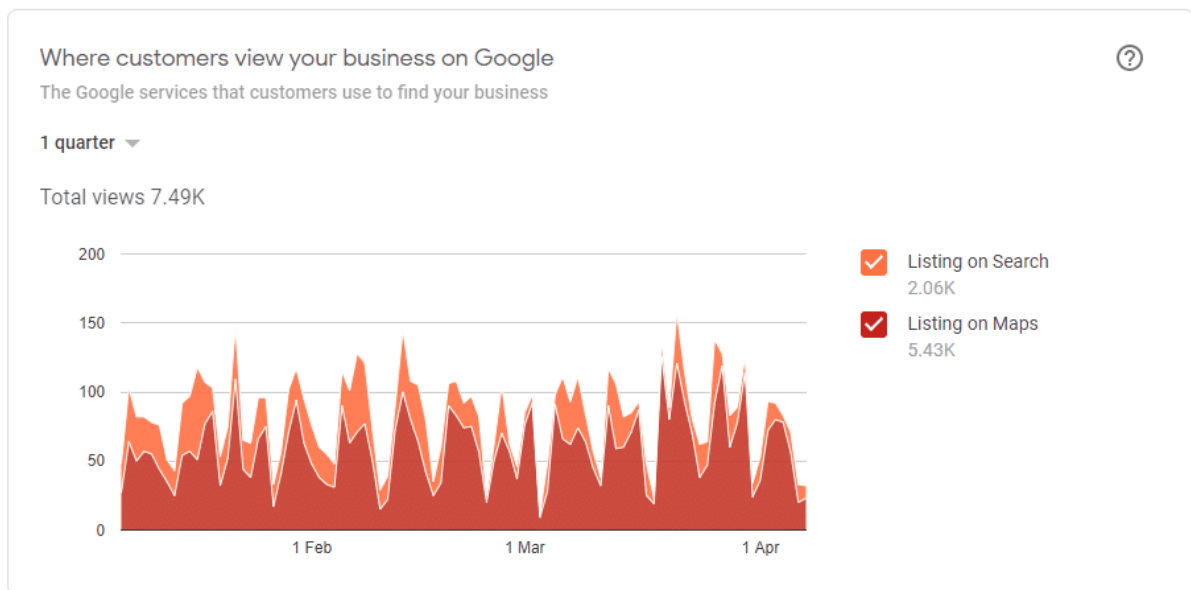
Romania

Important documentation enclosed.

Optional contact name

Cancel

Send postcard



2. Ιστοσελίδα παρουσίασης

Οι πρώτες εντυπώσεις μετράνε ακόμη και στο διαδικτυακό περιβάλλον που χρησιμοποιούν οι χρήστες για να ενημερωθούν πριν κάνουν μια αγορά ή, σε αυτήν την περίπτωση, επισκεφτούν μια φυσική τοποθεσία.

Τα στοιχεία επικοινωνίας, η περιγραφή των κύριων προϊόντων/υπηρεσιών και τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει ο πελάτης από αυτά, οι επαγγελματικές φωτογραφίες των προϊόντων είναι στοιχεία περιεχομένου που πρέπει να βρεθούν σε έναν τέτοιο ιστότοπο.

Η Google προσφέρει δωρεάν και εύχρηστα εργαλεία που δεν απαιτούν δεξιότητες προγραμματισμού. Ο ιστότοπος που δημιουργήθηκε με αυτόν τον τρόπο είναι απλός και ελάχιστα προσαρμόσιμος, αλλά η λειτουργικότητά του είναι πραγματική, μπορεί να αντικαταστήσει με επιτυχία έναν πλήρη ιστότοπο παρουσίασης.

Ένας ιστότοπος παρουσίασης για τον ξενώνα Salteluža δημιουργήθηκε γρήγορα χωρίς καμία επένδυση, επειδή αυτός ο ιστότοπος φιλοξενείται δωρεάν από την Google.

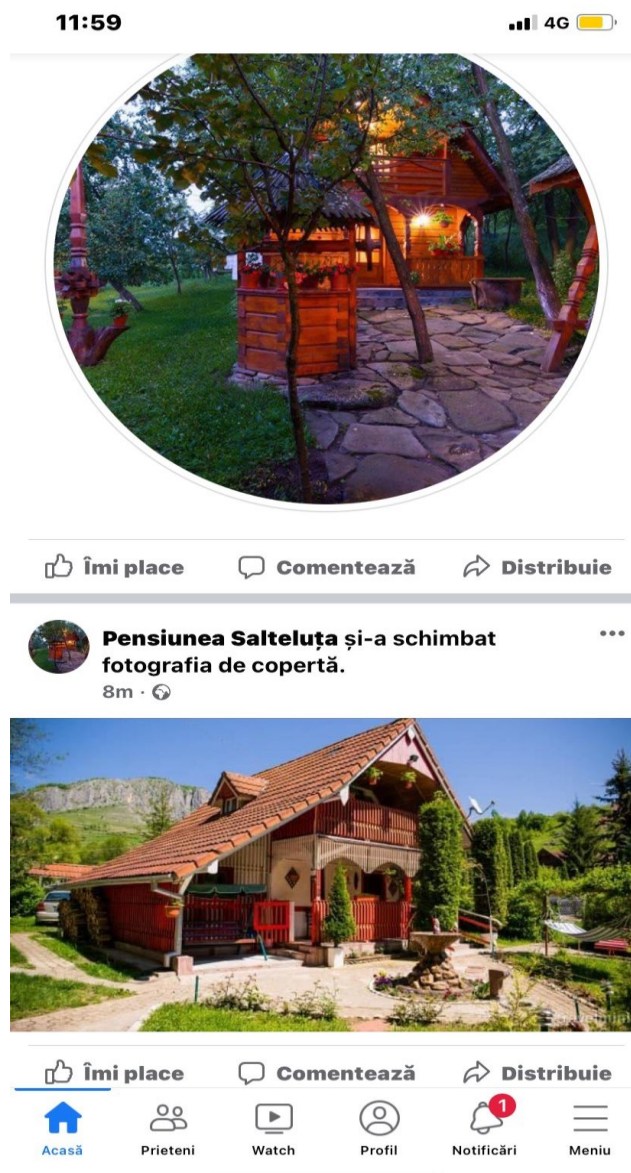


3. Social Media - Facebook και Instagram

Ο ξενώνας Salteluța έχει ήδη 2 σημαντικά κανάλια επικοινωνίας που διατηρεί ενεργά: το Facebook και το Instagram. Η ομάδα προώθησης

ενίσχυσε την παρουσία της στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με μερικά απλά κόλπα:

- Επαναγραφή των περιγραφών στην ενότητα Πληροφορίες για να αυξηθεί η ευρετηρισιμότητα τους σε αναζητήσεις επωνυμίας ή κατηγορίας.
- Ενσωμάτωση ενότητας με το μενού του ξενώνα όπου ανέβηκε ένα έγγραφο .pdf με τα κύρια προϊόντα και υπηρεσίες και τις τιμές τους;
- Facebook messenger has been customized to encourage sending messages and responding automatically when received.



11:59

4G

Postări

Filtre



La ce te gândești?

Stare

Foto

Eveniment
din viață

Administrează postările

Fotografii

Avataruri

Muzică



Pensiunea Salteluța

Chiar acum · 2



Acasă



Prieteni



Watch



Profil



Notificări



Meniu

12:10

4G

pen.siuneasalteluta ⁶



7
Postări

4
Urmăritori

20
Urmărește

Pensiunea Salteluța

Va așteptam la Pensiunea Salteluța. Va punem la dispoziție 4 camere un living si Bucătărie pentru petrecerea timpului împreuna cu familia sau părinții

Editează profilul



Descoperă persoane



Găsește mai multe
persoane de ur...

Vezi tot



12:10

4G

pen.siuneasalteluta 6



Descoperă persoane



Găsește mai multe
persoane de ur...

Vezi tot



4.ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

4.1. Διαδικτυακές εφαρμογές που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία διδασκαλίας - μάθησης - αξιολόγησης

Λόγω της κατάστασης που δημιουργήθηκε από την υγειονομική κρίση το 2020, οι μαθητές αφιέρωσαν μεγάλο μέρος του χρόνου τους μαθαίνοντας και ολοκληρώνοντας εργασίες μόνο μέσω υπολογιστή. Ο υπολογιστής δεν ήταν κάτι καινούργιο για αυτούς, ούτως ή άλλως ένα μεγάλο μέρος του χρόνου τους αφιέρωναν στον υπολογιστή, αλλά όχι για να μάθουν, να διδάξουν εργασίες στο σπίτι, να αξιολογηθούν. Η κρίση υγείας ήταν μια πρόκληση τόσο για τους δασκάλους όσο και για τους μαθητές, αλλά κυρίως για τους εκπαιδευτικούς που αναγκάστηκαν να βελτιστοποιήσουν τη διδακτική διαδικασία μέσω της δημιουργικής χρήσης της τεχνολογίας πληροφοριών και επικοινωνίας, να βρουν λύσεις για την ενσωμάτωση του υπολογιστή στη μαθησιακή δραστηριότητα και την επικοινωνία της μάθησης, εξοικειωθούν με τις νέες στρατηγικές αξιολόγησης.

Οι διαδικτυακές εφαρμογές που χρησιμοποιούνται στη διαδικασία διδασκαλίας-μάθησης-αξιολόγησης έχουν διαφοροποιηθεί. Έχουν εμφανιστεί ή βελτιωθεί εκπαιδευτικές πλατφόρμες, διαδικτυακές εφαρμογές, βιβλιοθήκη ψηφιακού εκπαιδευτικού περιεχομένου για μάθηση, εφαρμογές για νηπιαγωγεία, πρωτοβάθμια, δευτεροβάθμια, γυμνάσιο, πανεπιστήμιο, πρακτικές εφαρμογές ηλεκτρονικής μάθησης για κάθε μάθημα. Η ενσωμάτωση πολυμέσων στις διδακτικές δραστηριότητες γίνεται μέσω επεξεργαστών μαθηματικών τύπων, επεξεργαστών εικόνας, επεξεργασίας διαγραμμάτων και γραφημάτων, μετατροπής εγγράφων PDF, συντάκτες ηλεκτρονικών δοκιμών. Τα βίντεο χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο.

Η πιο δημοφιλής σουίτα εφαρμογών για την παραγωγή ηλεκτρονικού γραπτού υλικού είναι το Microsoft Office, με Microsoft Word (για

έγγραφα), Microsoft Excel (για υπολογιστικά φύλλα) και Microsoft PowerPoint (για παρουσιάσεις).

Μια πιο ολοκληρωμένη έκδοση μιας σουίτας γραφείου, η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί δωρεάν σε οποιαδήποτε διεύθυνση email @gmail.com ή μια διεύθυνση ιδρύματος που δημιουργήθηκε στο Gmail, είναι η πλατφόρμα GSuite (<https://gsuite.google.com/>) που προσφέρεται από την Google , με το Google Word, τα Φύλλα Google και τις Παρουσιάσεις Google. Το Gsuite χρησιμοποιείται με διεύθυνση ιδρύματος.

Προετοιμασμένο ηλεκτρονικό διδακτικό υλικό είναι απαραίτητο για την ομαλή διεξαγωγή της δραστηριότητας. Ένας από τους λόγους είναι ότι οι μαθητές δεν μπορούν να κρατήσουν σημειώσεις κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας όπως και στις δραστηριότητες πρόσωπο με πρόσωπο. Είναι επίσης σημαντικό το ηλεκτρονικό υλικό να είναι διαθέσιμο μετά την ολοκλήρωση της διαδραστικής δραστηριότητας σε πραγματικό χρόνο, καθώς ορισμένοι μαθητές δεν θα μπορούν να συνδεθούν για να συμμετάσχουν στη δραστηριότητα και άλλοι μπορεί να χάσουν τη σύνδεσή τους κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας για τεχνικούς λόγους.

4.2. Σχέδιο μαθήματος

1. Γενικές ημερομηνίες:

- Θέμα: Τουρισμός
- Θέμα: Παραγωγή της εφημερίδας «Βιώσιμος τουρισμός στην κομητεία Valcea»
- Σκοπός του έργου:
 - Να γνωρίσουν καλύτερα την πόλη όπου ασκούν την καθημερινή τους δραστηριότητα, το σχολείο όπου σπουδάζουν, την περιοχή όπου ζουν.

- Να ενεργεί για τη διατήρηση, προστασία και βελτίωση των φυσικών περιβαλλοντικών συνθηκών.
- Αναλάβετε την ευθύνη για την προστασία της ατμόσφαιρας, του εδάφους, του νερού, της χλωρίδας, της πανίδας και της ανθρώπινης υγείας.
- Πηγές πληροφοριών:
 - <https://ro.wikipedia.org/wiki/>
 - <https://www.valceaturistica.ro>
 - www.monitorulvl.ro/
 - <https://primariacalimanesti.ro>
 - <https://harta.orasultau.ro/>
 - www.eduonline.roedu.net
 - www.emalascoala.ro/aplicatii-online-si-resurse
- Εργαλεία εργασίας: Τηλέφωνο, φορητός υπολογιστής, tablet
- Τελικό προϊόν: Εφημερίδα "Βιώσιμος τουρισμός στην κομητεία Valcea"
- Μέθοδοι παρουσίασης: Η παρουσίαση του υλικού θα γίνει διαδικτυακά μέσω της εφαρμογής Padlet, με κάθε ομάδα να παρουσιάζει το παραγόμενο υλικό, μέσα από τη φωνή του επιλεγμένου εκπροσώπου της.

1. Προγραμματισμός δραστηριοτήτων:

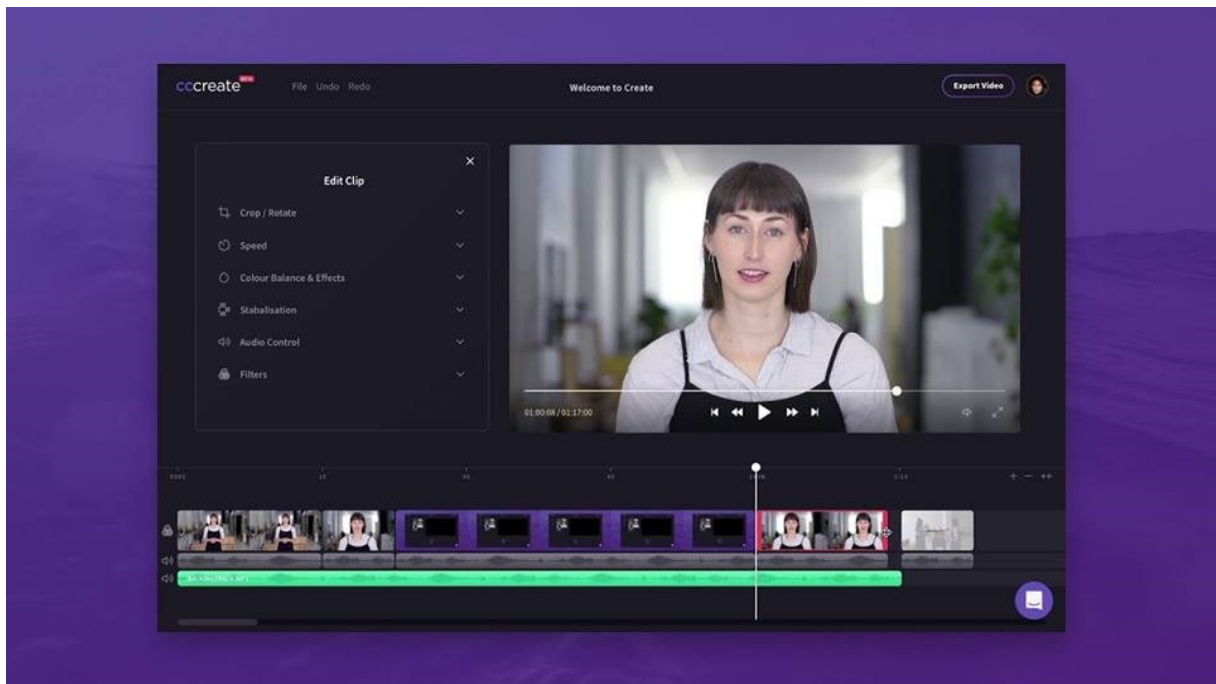
- Ένα Google Meet θα εξηγήσει το θέμα και τον σκοπό του έργου.

- Χρησιμοποιώντας τον "Τροχό της Τύχης" από την εφαρμογή wordwall, θα σχηματίσω πέντε ομάδες. Θα έχω λοιπόν τις ακόλουθες ομάδες:
- Η ομάδα των φωτογράφων θα πρέπει να φωτογραφίσει ή να ζωγραφίσει το κέντρο της πόλης, τα σημαντικά κτίρια της πόλης, τα κυριότερα έργα τέχνης της πόλης, το σχολείο στο οποίο πηγαίνουν. Εκτός από τις φωτογραφίες που έχουν τραβήξει, θα κατεβάσουν από το διαδίκτυο εικόνες από τα πιο όμορφα μέρη του νομού, τα πιο όμορφα καταλύματα, καθώς και εικόνες στην κατηγορία "έτσι όχι!": άσχημα ή ερειπωμένα κτίρια, μη ανεπτυγμένοι χώροι, σημάδια που άφησαν ανεύθυνοι τουρίστες κ.λπ..
- Χρησιμοποιώντας την εφαρμογή ANIMOTO, οι μαθητές θα συγκεντρώσουν ένα κολάζ φωτογραφιών και βίντεο και θα καθορίσουν τον σύνδεσμο για να τα δουν...

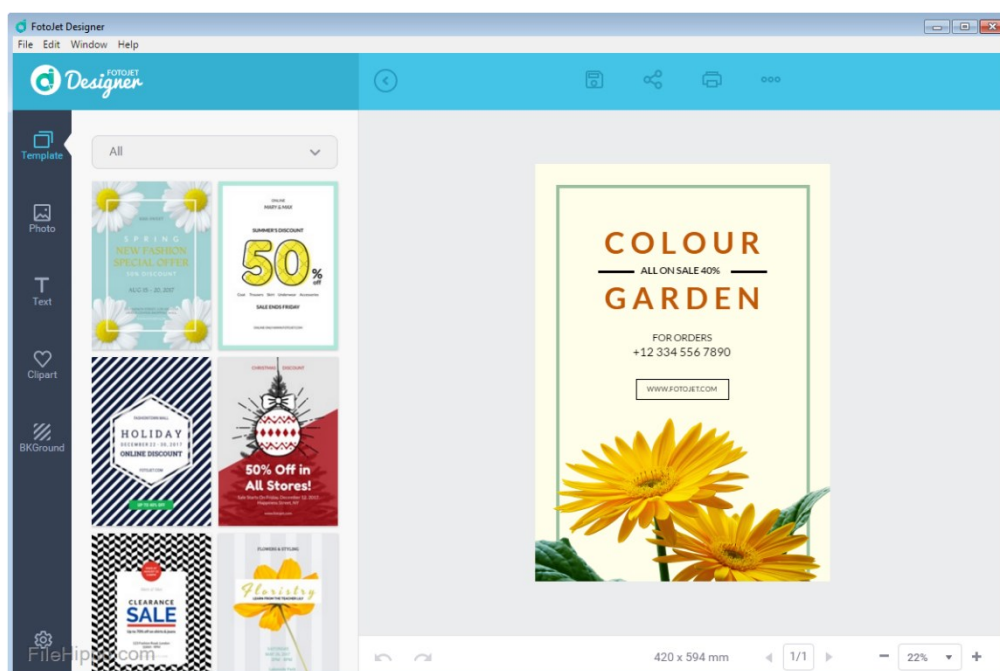


- Η ομάδα των δημοσιογράφων θα πρέπει να εκπονήσει έκθεση με τίτλο «Călimănești-Căciulata - ένα θέρετρο για τους ανθρώπους», το οποίο θα περιέχει συνέντευξη με τον δήμαρχο του Călimănești, ορισμένες πληροφορίες σχετικά με τα τουριστικά έργα της πόλης, την αρχιτεκτονική της πόλης, τα ανακαινισμένα κτίρια, τα εγκαταλελειμμένα κτίρια, τι έχει γίνει, τι δεν έχει γίνει.
- Χρησιμοποιώντας την εφαρμογή ClipChamp για την επεξεργασία των βίντεο, οι μαθητές θα κάνουν ένα «ρεπορτάζ». Οι μαθητές θα

ανεβάσουν επίσης το οπτικοακουστικό υλικό στο YouTube (www.youtube.com)



- Η ομάδα των ιστορικών θα βρει πληροφορίες για την ιστορία της πόλης, την ιστορία του σχολείου όπου διδάσκουν, τα σημαντικά γεγονότα που λαμβάνουν χώρα στην πόλη τους.
- Χρησιμοποιώντας τις ψηφιακές εφαρμογές κολλάζ κειμένου και εικόνας



Canva και Fotojet, οι μαθητές θα παρουσιάσουν τις πληροφορίες που έχουν συγκεντρώσει και θα παρέχουν έναν σύνδεσμο για προβολή.

- Η ομάδα σχεδίασης θα σχεδιάσει τον φυσικό χάρτη του νομού, τον φυσικό χάρτη της πόλης, το σχολικό σχέδιο.

Ενημερωτικό σεμινάριο Piktochart:

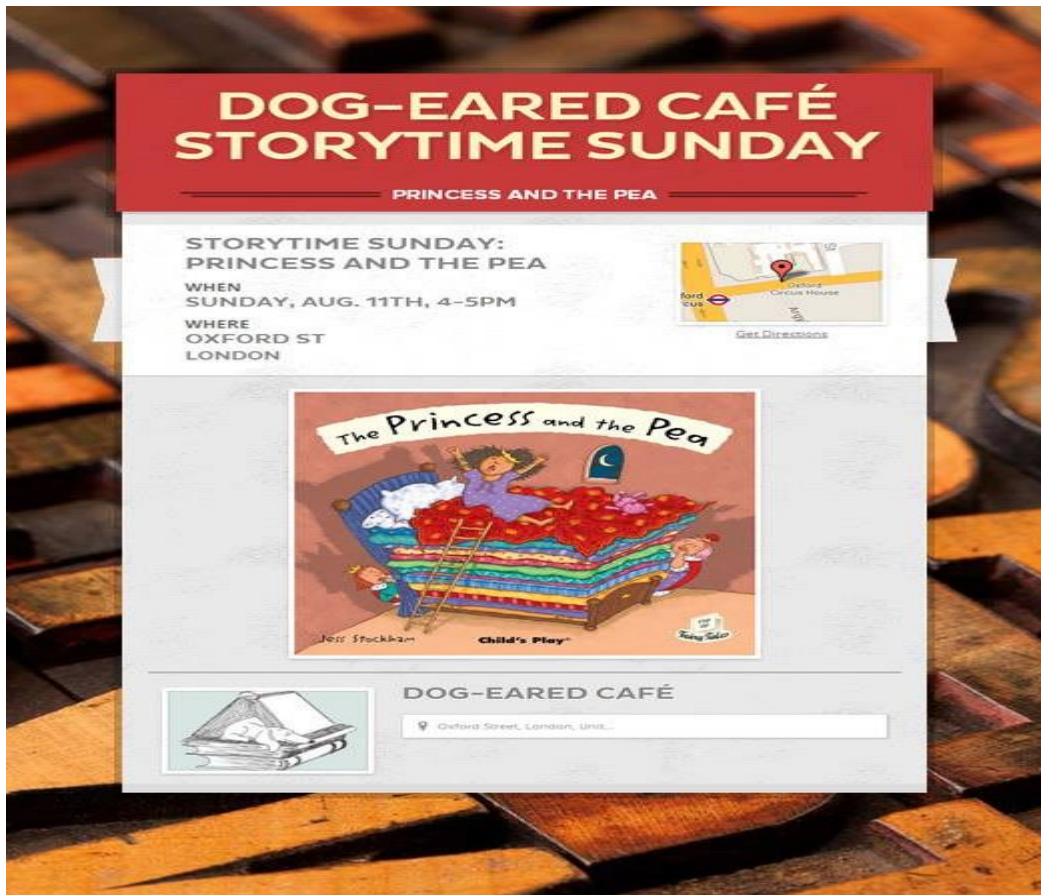
Το Piktochart είναι μια διαδικτυακή εφαρμογή infographic που επιτρέπει στους χρήστες χωρίς μεγάλη εμπειρία ως γραφίστες να δημιουργούν εύκολα γραφήματα και γραφικά χρησιμοποιώντας θεματικά πρότυπα



Το Storybird επιτρέπει σε οποιονδήποτε να κάνει οπτικές ιστορίες σε δευτερόλεπτα.

Εμπνέει συγγραφείς όλων των ηλικιών να μετατρέψουν τις εικόνες τους σε πρωτότυπες ιστορίες.

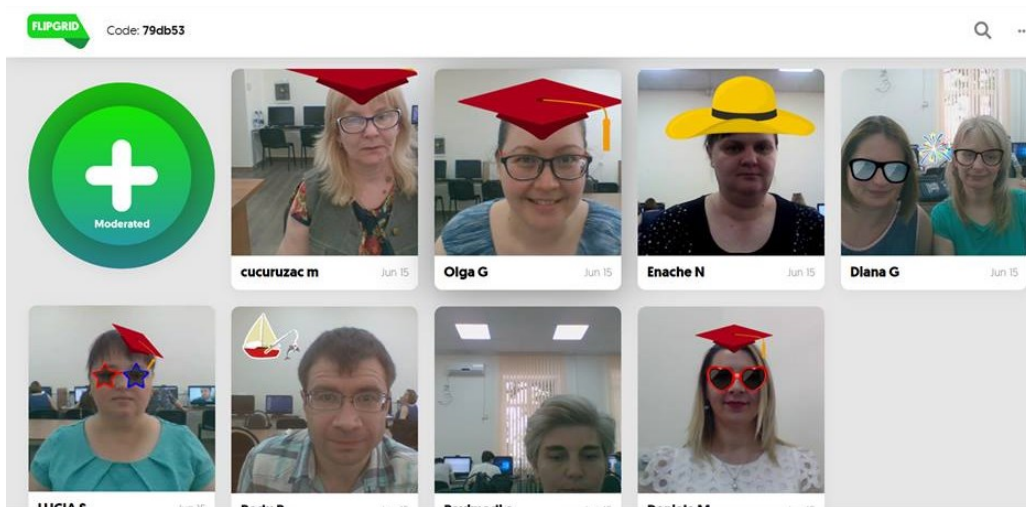
- Η συντακτική ομάδα συλλέγει υλικό, διορθώνει τυχόν λάθη, προετοιμάζει στήλες, ταξινομεί εικόνες και βρίσκει τρόπο προώθησης της εφημερίδας στα σχολεία.



Smore for creating digital magazines

- Χρησιμοποιώντας την εφαρμογή Smore, οι μαθητές θα δημιουργήσουν την εφημερίδα **"Βιώσιμος τουρισμός στην κομητεία Valcea"**.

1. Τέλος, οι εντυπώσεις των μαθητών από το έργο μπορούν να καταγραφούν με εφαρμογές Flipgrid ή TikTok





Ο τροχός των ονομάτων που εμφανίζονται περιέχει τα ονόματα των μαθητών που θα εργαστούν στο έργο.

- Συλλογή πληροφοριών σχετικά με το επιλεγμένο θέμα: οι μαθητές θα αναζητήσουν πληροφορίες σχετικά με το συγκεκριμένο θέμα, θα το συζητήσουν μέσα στην ομάδα και θα επιλέξουν με αμοιβαία συμφωνία το υλικό που θα στείλουν στη συντακτική ομάδα.
- Οργανώστε και επεξεργαστείτε πληροφορίες σχετικά με το επιλεγμένο θέμα: μόλις οι πρώτες ομάδες έχουν ικανοποιητικό όγκο δεδομένων και πληροφοριών, φωτογραφιών και συνεντεύξεων, θα συναντηθούν σε ομάδες στην ομάδα whatsapp, όπου θα συζητήσουν τι θα στείλουν στη συντακτική ομάδα, καθώς και τι θα περιέχει η παρουσίαση, πώς θα

λύσουν το έργο tasks together, ενώ αποφασίζεται ο εκπρόσωπος της ομάδας που θα υποστηρίξει το έργο.

Η συντακτική ομάδα θα αποφασίσει για τη μορφή της εφημερίδας, πώς θα φαίνεται η πρώτη σελίδα της εφημερίδας, ένα σύνθημα, το σχέδιο, τη σειρά των υλικών.

Στο τέλος, κάθε ομάδα θα παρουσιάσει, μέσω του επιλεγμένου εκπροσώπου της, πώς εκτέλεσε το έργο της, πώς συνεργάστηκε, ποιες δυσκολίες αντιμετώπισε, τι κατάφερε να ολοκληρώσει και τι όχι.

- Παρουσίαση του τελικού προϊόντος

Αυτό θα γίνει διαδικτυακά μέσω του Google meet, μέσω της εφαρμογής Padlet.



2.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η μέριμνα για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος γίνεται αισθητή από τα τέλη του 19ου αιώνα, όταν υπήρξε μετάβαση από τον παθητικό θαυμασμό για τις ομορφιές της φύσης στην ενεργό δράση για την προστασία της και την πρόληψη της κατάχρησης των φυσικών πόρων. Ο πρώτος νόμος για την προστασία του περιβάλλοντος (ο νόμος για την προστασία των φυσικών μνημείων) εγκρίθηκε το 1930 και ένα χρόνο αργότερα συστάθηκε η Επιτροπή Προστασίας των Φυσικών Μνημείων, η οποία λειτουργεί μέχρι σήμερα υπό την αιγίδα της Ρουμανικής Ακαδημίας.

Αυτός ο νόμος ακολουθήθηκε από πολλούς άλλους κανονισμούς, αλλά μόλις το 1973 εγκρίθηκε πραγματικά ο νόμος για την προστασία του περιβάλλοντος. Υπάρχουν σήμερα περίπου 630 προστατευόμενες περιοχές στη Ρουμανία, οι οποίες καλύπτουν συνολική έκταση 1,2 εκατομμυρίων εκταρίων. Επιπλέον υπάρχουν τρία αποθέματα βιόσφαιρας, 14 εθνικά πάρκα και 362 φυσικά καταφύγια. Το Εθνικό Πάρκο Retezat (ιδρύθηκε το 1935), το Εθνικό Πάρκο Rodna (ιδρύθηκε το 1990) και το Δέλτα του Δούναβη (ιδρύθηκε το 1938) έχουν συμπεριληφθεί από την UNESCO ως αποθέματα βιόσφαιρας στον δικό της κατάλογο προστατευόμενων μνημείων της φύσης.

Ο τουρισμός ως οικονομική δραστηριότητα μπορεί να προκαλέσει μεγάλες ζημιές στις προστατευόμενες περιοχές, ιδίως εάν δεν γίνεται σωστή διαχείρισή τους, αλλά μπορεί επίσης να αποφέρει μεγάλα οφέλη. Οι πιέσεις από τον τουρισμό αυξάνονται με ταχείς ρυθμούς. Οι πιέσεις σε πιο δημοφιλείς τουριστικές τοποθεσίες αυξάνονται, έτσι οι όμορφες φυσικές περιοχές γίνονται όλο και περισσότερο μέρη για μακροπρόθεσμο τουρισμό, ημερήσιες εκδρομές και ακόμη και αθλητισμό.

Σε ορισμένες προστατευόμενες περιοχές υπάρχουν τόσοι πολλοί επισκέπτες σε ορισμένα σημεία, ή σε συγκεκριμένες χρονικές στιγμές, που η φύση - και η ποιότητα της εμπειρίας του επισκέπτη - υποφέρει. Σε άλλες, οι επισκέπτες μπορούν να διεισδύσουν στις πιο απομακρυσμένες περιοχές. Οι τουριστικές εγκαταστάσεις συχνά έρχονται σε σύγκρουση με τους στόχους διατήρησης και καταστρέφουν τα φυσικά τοπία. Οι πιέσεις για την ανάπτυξη τέτοιων εγκαταστάσεων είναι ιδιαίτερα έντονες στο πρώην ανατολικοευρωπαϊκό μπλοκ, και σε ορισμένες προστατευόμενες περιοχές, ο τουρισμός απλά δεν έχει θέση.

Αν όμως σχεδιαστεί και καταφέρει να είναι βιώσιμος, ο τουρισμός μπορεί να είναι μια πολύ θετική δύναμη, προς όφελος τόσο των προστατευόμενων περιοχών όσο και των τοπικών κοινοτήτων. Ο τουρισμός θα είναι ευπρόσδεκτος εντός ή κοντά σε προστατευόμενες περιοχές εάν σέβεται τον ιδιαίτερο χαρακτήρα της περιοχής - όπως: τουρισμός εκτίμησης της φύσης, πολιτιστικός και εκπαιδευτικός

τουρισμός ή μικρή, ήσυχη ομαδική δραστηριότητα - και εάν οι ζημιές και η ρύπανση είναι ελάχιστες. Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στη δικαιολόγηση της δημιουργίας προστατευόμενων περιοχών σε περιθωριακές περιοχές και μπορεί να οδηγήσει σε οικονομική αναζωογόνηση των τοπικών κοινοτήτων και των παραδοσιακών πολιτισμών.

- Minciu R., "Tourism Economics", Uranus Publishing House, Bucharest, 2001
- Baron P., Snak O., Neacșu N., "Economia turismului", Expert Publishing House, Bucharest, 2001
- Vișan S., Angelescu A., Alpopi C., "Environment: pollution and protection", Economica Publishing House, 2000
- Bran F., Marin D., Simon T., "Turism rural", Editura Economică, 1997
- Ionescu I., "Social, economic and cultural tourism", Bucharest, Oscar Print Publishing House, 2000
- Hapenciuc C. V., "Statistical research in tourism", Editura Didactica și Pedagogica R.A. Bucharest, 2003
- Nedelea A., "Piața turistică", Bucharest, Editura Didactică și Pedagogică, 2003
- Nistoreanu P., "Management in tourism and services", Bucharest, ASE Publishing House, 2005
- Istrate L., Bran F., Roșu A.G., "Economia turismului și mediului înconjurător", Bucharest, Editura Economică, 2000
- Stănciulescu G., "Economia turismului", Bucharest, Expert Publishing House, 2001
- Boghean C., "Economia Turismului", course support, 2011
- Erdeli G., Gheorghilaș A., "Amenajări Turistice", University Publishing House, 2006

- * Law no. 350/2001 on spatial and urban planning, Official Gazette no. 373 of 10 July 2001
- * Law 453/2001 for the completion of Law no. 50/1991 on the authorization of construction works and some measures for the realization of housing, Official Gazette, no. 431 of 1 August 2001
- Băltărețu A.M., "Amenajarea turistica și dezvoltarea urbană", Editura Universitară, 2010
- Neacșu N., Glăvan V., Baron P. and Neacșu M., "Geografia e economia turismului", ProUniversitaria Publishing House, 2011
- Cândrea M., Erdeli G., Simion T., "Potențialul turistic al României și amenajarea turistică a spaziu", University Publishing House Bucharest, 2003
- Gavrilesco E., "Sources of pollution and environmental pollutants", Sitech Publishing House, 2007
- Muntean I. O., "Ecology and environmental protection", Emia Publishing House, 2007
- Bica I, "Elemente de impact asupra mediu", Matrix Rom Publishing House, Bucharest, 2000
- www.edu.ro
- www.ise.ro/digital/
- www.youtube.com
- www.wikipedia.org - the free encyclopedia
- Document-politici-curriculum_final_23decembrie.pdf (ise.ro)
- <https://digitaledu.ro/platforme-educationale>

- www.eduonline.roedu.net
- www.emalascoala.ro/aplicatii-online-si-resurse
- www.mozaweb.com
- www.etwinning.ro
- www.elearning.ro

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ:

Το γυμνάσιο μας βρίσκεται στην κομητεία Valcea, σε απόσταση 200 χιλιομέτρων βόρεια από το Βουκουρέστι, την πρωτεύουσα της Ρουμανίας, σε μια μικρή πόλη, Calimanesti (αστική περιοχή) - 9000 κάτοικοι, 18 χιλιόμετρα μακριά από το Ramnicu Valcea, τη μεγαλύτερη πόλη της περιοχής μας (νομός). Ο τόπος περιβάλλεται από βουνά, ένα διάσημο ορεινό θέρετρο στη Ρουμανία του οποίου η κύρια δραστηριότητα είναι ο τουρισμός, η θεραπεία Thermal Spa με περισσότερους από 160.000 τουρίστες κάθε χρόνο (αλλοδαποί και από τη Ρουμανία). Το Τεχνολογικό/Επαγγελματικό Λύκειο Τουρισμού έχει περίπου 400 μαθητές (14-19 ετών και 2 τάξεις μεταδευτεροβάθμιου σχολείου για ενήλικες-), 40 καθηγητές και εκπαιδευτές. 20 μαθητές από οικογένειες Romma, 40 μαθητές με ειδικές ανάγκες (πρόωρη εγκατάλειψη του σχολείου, μαθησιακές δυσκολίες, σωματικές δυσκολίες ή προβλήματα συμπεριφοράς), παιδιά από μονογονεϊκή οικογένεια (πατέρας ή μητέρα ή και οι δύο εργάζονται στο εξωτερικό σε άλλη χώρα) , πολλοί μαθητές αναγκάζονται να εργάζονται κατά τη διάρκεια του σχολείου για να έχουν χρήματα. Οι περισσότεροι από αυτούς πρέπει να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα της προσαρμογής και του εκφοβισμού από ομότιμους λόγω αυτών των γεγονότων και επίσης απειλούν ή εκφοβίζουν τους συναδέλφους τους.

Ειδικότητες:

- Λύκειο: Χρηματοοικονομικές και οικονομικές δραστηριότητες (Λογιστική), Τουρισμός, Ξενοδοχεία και Εστίαση
- Επαγγελματική σχολή: Σερβιτόροι και Σεφ στον τομέα της Γαστρονομίας και των Ξενοδοχείων, Δεξιότητες (διοργανωτής εκδηλώσεων)
- Μεταλυκειακό σχολείο αγρο-ορεινών δραστηριοτήτων

Κύριοι στόχοι μας είναι: να γίνουμε πιο αναγνωρίσιμοι στην τοπική κοινωνία και σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο:

- παροχή προσωπικής και επαγγελματικής ανάπτυξης για τους σπουδαστές προκειμένου να γίνουν ενεργοί πολίτες στην κοινότητα, να συμμετάσχουν στην επαγγελματική ζωή, να συμμετάσχουν στην επαγγελματική ζωή, να εξασφαλίσουν ίσες ευκαιρίες πρόσβασης στην επαγγελματική και τεχνική εκπαίδευση και επαγγελματική ανάπτυξη κάθε μαθητή με βάση τις φιλοδοξίες και το ατομικό μαθησιακό δυναμικό.
 - εξασφάλιση ποιοτικών συνθηκών στην οργάνωση και διεξαγωγή των διαδικασιών διαχείρισης, εκπαίδευσης και κατάρτισης σε κάθε σχολείο που οργανώνει επαγγελματική και τεχνική εκπαίδευση.
 - παροχή ευκαιριών επαγγελματικής εξέλιξης σε κάθε σπουδαστή για να αποκτήσει τις δεξιότητες για τις οποίες παρέχουν ευκαιρίες απασχόλησης σε επαγγέλματα ή επαγγέλματα που προσφέρονται από την τοπική αγορά εργασίας, την κομητεία, την περιφερειακή, την εθνική, και να συνεχίσει να μαθαίνει καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής, να προσαρμοστεί στις τεχνολογικές αλλαγές ειδικά στην οικονομία της γνώσης.
1. παροχή ευκαιριών κοινοτικής εκπαίδευσης και κατάρτισης για φοιτητές σε τομείς μεγάλου ενδιαφέροντος: ξενοδοχεία, υπηρεσίες,

χρηματοοικονομικές δραστηριότητες, γαστρονομία,-. Δράσεις μεγάλης υπευθυνότητας και ποιότητας, επιδιώκουμε τις μαθησιακές ανάγκες των αποφοίτων για την ενσωμάτωση επαγγελματικών δραστηριοτήτων και την επίτευξη υψηλών προτύπων απόδοσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης. - μείωση των διαφορών στις κοινωνικές και ειδικές ανάγκες , καταπολέμηση της βίας και του εκφοβισμού στο σχολείο Το ίδρυμά μας έχει εμπειρία στην ανάπτυξη και την εφαρμογή εκπαιδευτικών προγραμμάτων και εταιρικών σχέσεων διαφόρων ειδών και ιδίως εκείνων με ευρωπαϊκή χρηματοδότηση; Το τελευταίο project κέρδισε το βραβείο II (έκθεση και παρουσίαση) για το καλύτερο ρουμανικό έργο Erasmus στη χώρα μας στον διαγωνισμό “Made for Europe” 2019.



5. Τρόπος προώθησης της απασχολησιμότητας των εργαζομένων με αναπηρία

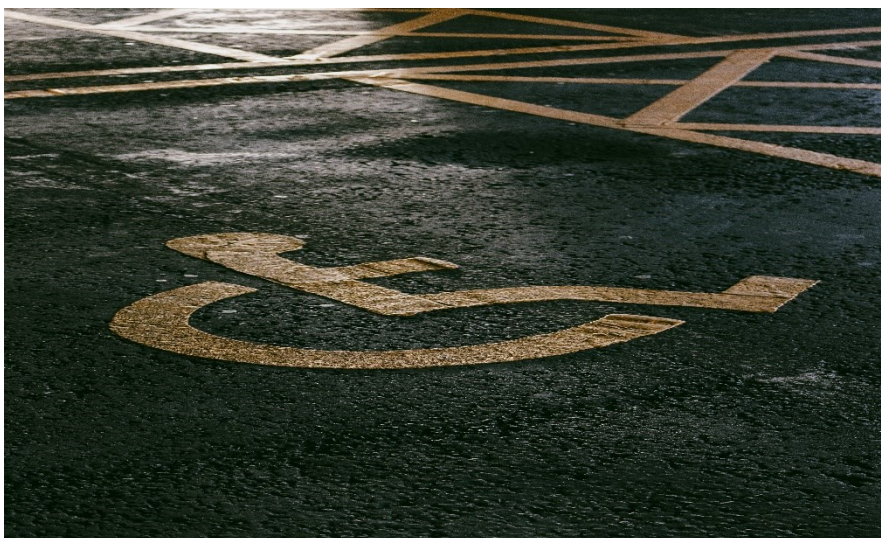
Sylogos Ekpaidefsis Kai Anaptixis
Atomon Me Idikes Angkes

ΠΩΣ ΝΑ ΠΡΩΘΗΣΕΤΕ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εργασία είναι η ανθρώπινη δραστηριότητα με χρήσιμο αποτέλεσμα, καθώς και η άσκηση της εργασίας σε μια οργανωμένη κοινωνία. Είναι η συνολική δραστηριότητα σε σχέση με ένα αντικείμενο ή μια μονάδα εργασίας και αφορά την καθημερινή εργασία, την εκτέλεση εργασιών για λόγους βιοπορισμού, το σώμα των εργαζομένων, την παραγωγή εργασίας και την παραγωγική διαδικασία. Στις σύγχρονες κοινωνίες, η απασχόληση αποτελεί βασικό σημείο αναφοράς στη ζωή των πολιτών. Η αντίληψη της απασχόλησης σε αυτά δεν περιορίζεται πλέον μόνο στην πηγή εισοδήματος ενός ατόμου, αλλά συνδέεται άρρηκτα με έναν τρόπο προσδιορισμού, καθώς μπορεί να επιτύχει προσωπική ανάπτυξη και ανάπτυξη, ασφάλεια και συναισθηματική ικανοποίηση. Για πολλά άτομα με αναπηρία, το δικαίωμα στην εργασία αποτελεί βασικό στοιχείο του αγώνα για ίσα δικαιώματα.

Σύμφωνα με τις στατιστικές των Ηνωμένων Εθνών, περίπου το 15% του παγκόσμιου πληθυσμού έχει κάποια μορφή αναπηρίας και τουλάχιστον 785 εκατομμύρια είναι σε ηλικία εργασίας (15-59 ετών). Στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ των 28), σύμφωνα με έρευνα της Eurostat (2019) εκτιμάται ότι το 26,1% των ενηλίκων πολιτών δηλώνουν ότι έχουν αναπηρία και αντιμετωπίζουν εμπόδια στην πλήρη συμμετοχή τους στην κοινωνική και οικονομική ζωή. (GED &EMPLAB &Μένζε, Ι. 2015).



<https://unsplash.com/s/photos/empopability-disabled>

Τα άτομα με αναπηρία έχουν υψηλότερα ποσοστά ανεργίας και όταν εργάζονται είναι πιο πιθανό να αμείβονται λιγότερο από τα άτομα χωρίς αναπηρία. Στην Ευρώπη των 28, το ποσοστό απασχόλησης των ατόμων χωρίς αναπηρία είναι 66,9%, ενώ των ατόμων με αναπηρία είναι 47,3%. Υπάρχει επίσης μεγάλη διακύμανση στα ποσοστά που σχετίζονται με την εκπαίδευση και τη διά βίου μάθηση.

Η κύρια αιτία της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού είναι η έλλειψη ίσων ευκαιριών απασχόλησης για τα άτομα με αναπηρίες. Τα ποσοστά στην Ευρώπη για τον κίνδυνο φτώχειας και κοινωνικού αποκλεισμού για τα άτομα χωρίς αναπηρία άνω των 16 ετών ήταν περίπου 20%, ενώ για τα άτομα με αναπηρία φαίνεται να είναι περίπου 30%. Τα ποσοστά ανεργίας έχουν αυξηθεί δραματικά τα τελευταία χρόνια λόγω της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης. Οι ομάδες πολιτών που ανήκουν στις λεγόμενες ευάλωτες ομάδες, στις οποίες ανήκουν τα άτομα με αναπηρία, είναι εκείνες που πλήττονται αμεσότερα από την κρίση και την ανεργία. Ιστορικά, τα άτομα με αναπηρία αντιμετώπισαν πολλαπλά εμπόδια στην είσοδό τους στην αγορά εργασίας και ο αποκλεισμός από αυτήν έχει οδηγήσει σε φτώχεια και σοβαρές δυσκολίες επιβίωσης.

Επιπλέον, η ευρωπαϊκή στρατηγική για την αναπηρία καθορίζει πέντε βασικούς τομείς δράσης: προσβασιμότητα, συμμετοχή, ισότητα,

απασχόληση, εκπαίδευση και κατάρτιση. Σχετικά με την απασχόληση αναφέρονται τα εξής:

«4 - Απασχόληση

Οι ποιοτικές θέσεις εργασίας διασφαλίζουν την οικονομική ανεξαρτησία, προάγουν το προσωπικό κύρος και προστατεύουν τη φτώχεια.

Ωστόσο, το ποσοστό απασχόλησης των ατόμων με αναπηρίες είναι μόνο περίπου 50%. Προκειμένου να επιτευχθούν οι αναπτυξιακοί στόχοι της ΕΕ, πρέπει να αυξηθεί ο αριθμός των ατόμων με αναπηρία που έχουν αμειβόμενη απασχόληση στην ανοικτή αγορά εργασίας. Η Επιτροπή θα αξιοποιήσει στο έπακρο τις ευκαιρίες που προσφέρει η ευρωπαϊκή στρατηγική και το θεματολόγιό της για νέες δεξιότητες και θέσεις εργασίας, παρέχοντας στα κράτη μέλη ανάλυση, καθοδήγηση πολιτικής, ανταλλαγή πληροφοριών και κάθε άλλη στήριξη. Θα βελτιώσει τις γνώσεις σχετικά με την επαγγελματική κατάσταση των γυναικών και των ανδρών με αναπηρίες, θα εντοπίσει προβληματικές περιοχές και θα προτείνει λύσεις. Θα ασχοληθεί ιδιαίτερα με τους νέους με αναπηρίες κατά τη μετάβασή τους από την εκπαίδευση στην απασχόληση. Θα αντιμετωπίσει το ζήτημα της διεπαγγελματικής κινητικότητας στην ανοικτή αγορά εργασίας και στα προστατευόμενα εργαστήρια μέσω της ανταλλαγής πληροφοριών και της αμοιβαίας μάθησης. Θα εξετάσει επίσης το ζήτημα της αυτοαπασχόλησης και των ποιοτικών θέσεων εργασίας, συμπεριλαμβανομένων πτυχών όπως οι συνθήκες εργασίας και η επαγγελματική εξέλιξη, με τη συμμετοχή των κοινωνικών εταίρων. Η Επιτροπή θα ενισχύσει τη στήριξή της σε εθελοντικές πρωτοβουλίες για την προώθηση της διαχείρισης της πολυμορφίας στον χώρο εργασίας, όπως οι χάρτες πολυμορφίας των εργοδοτών και η πρωτοβουλία για την κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Η δράση της ΕΕ θα στηρίξει εθνικές πρωτοβουλίες που αποσκοπούν: στην ανάλυση της κατάστασης της αγοράς εργασίας για τα άτομα με αναπηρίες • στην καταπολέμηση των παροχών αναπηρίας και άλλων μεθόδων παγίδευσης που τα αποθαρρύνουν από την είσοδό τους στην

αγορά εργασίας· μέσω της χρήσης του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου (ΕΚΤ) • ανάπτυξη ενεργών πολιτικών για την αγορά εργασίας • βελτίωση της προσβασιμότητας στον χώρο εργασίας • ανάπτυξη υπηρεσιών εύρεσης εργασίας, δομών υποστήριξης και κατάρτισης στον χώρο εργασίας • προώθηση της χρήσης του γενικού κανονισμού απαλλαγής που επιτρέπει τη χορήγηση κρατικών ενισχύσεων χωρίς προηγούμενη κοινοποίηση στην Επιτροπή. Δημιουργία των κατάλληλων συνθηκών ώστε περισσότερα άτομα με αναπηρία να κερδίζουν τα προς το ζην στην ανοιχτή αγορά εργασίας.

Ένωση Ισότητας: Στρατηγική για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία 2021-2030 «Τα άτομα με αναπηρία έχουν δικαίωμα να έχουν καλές συνθήκες στον χώρο εργασίας, να ζουν ανεξάρτητα, να έχουν ίσες ευκαιρίες, να συμμετέχουν πλήρως στη ζωή της κοινότητάς τους. Όλοι έχουν δικαίωμα σε μια ζωή χωρίς φραγμούς. Και είναι υποχρέωσή μας, ως κοινότητα, να διασφαλίσουμε την πλήρη συμμετοχή τους στην κοινωνία, σε ισότιμη βάση με τους άλλους».

Η πρόεδρος της Επιτροπής von der Leyen

2. "ΙΑΤΡΙΚΗ» ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΑΙ «ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ» ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Η αναπηρία είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο. Επομένως, όταν προσπαθούμε να το ορίσουμε και να το ταξινομήσουμε, διαπιστώνουμε από την καθημερινή μας εμπειρία - ότι καμία από τις δύο (2) διαδικασίες δεν είναι εύκολη. Η κατανόηση των εννοιών της ανικανότητας και της αναπηρίας, καθώς και το «πέρασμα» από το ένα στο άλλο, έχουν αποτελέσει αντικείμενο διαμάχης και προβληματισμού.



https://www.freepik.com/free-vector/volunteers-helping-disabled-friends-outdoor-walking_9652120.htm#query=disability%20work&position=0&from_view=keyword

Δεν υπάρχει κοινός ορισμός της «αναπηρίας» στην Ευρώπη, ούτε κοινό σύστημα αξιολόγησης και ταξινόμησης των αναπηριών. Το γεγονός ότι υπάρχουν διαφορετικά συστήματα ταξινόμησης και αξιολόγησης της αναπηρίας στα κράτη μέλη και, ως εκ τούτου, διαφορετικές αντιλήψεις για το «ποιος μπορεί να θεωρηθεί άτομο με αναπηρία» έχει πολλαπλές επιπτώσεις. Τα διαφορετικά συστήματα ταξινόμησης των ατόμων με αναπηρία καθιστούν εξαιρετικά δύσκολη τη χαρτογράφηση και την ποσοτικοποίησή τους. Ταυτόχρονα, τα διαφορετικά συστήματα ταξινόμησης και αξιολόγησης της αναπηρίας και οι διαφορετικοί ορισμοί

της αναπηρίας δεν επιτρέπουν μια ενιαία προσέγγιση στην παρέμβαση. Για παράδειγμα, η υιοθέτηση μιας ιατροκεντρικής προσέγγισης της αναπηρίας, η οποία τη συνδέει με τη σωματική ή ψυχική απώλεια, υπερτονίζει την ανάγκη του ατόμου με αναπηρία για ιατρική παρέμβαση και ατομική - και μοναδική - φροντίδα, μεταθέτοντας την ευθύνη σε επίπεδο παρέμβασης στην Ελληνική Εθνική Συνομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία (2005).

Αντίθετα, η αποδοχή μιας πιο κοινωνικής αντίληψης της αναπηρίας - η οποία τονίζει ακριβώς τη συμβολή μιας σειράς περιβαλλοντικών μεταβλητών που επιδεινώνουν την αναπηρία - μας οδηγεί σε έναν διαφορετικό τρόπο διαχείρισης. Αυτό επικεντρώνεται σε πολιτικές και πρακτικές ένταξης, απαιτώντας από όλα τα μέλη της κοινωνίας να αναλάβουν κοινωνική δράση και να αναλάβουν συλλογική ευθύνη.

Με βάση την παραπάνω προσέγγιση, «ένα άτομο με σωματική αναπηρία μπορεί να παρουσιάσει αναπηρία σε ένα περιβάλλον και όχι σε ένα άλλο, ανάλογα με το αν το περιβάλλον έχει εμπόδια και βοηθήματα. Για παράδειγμα, ένα άτομο με παραπληγία αντιμετωπίζει κινητικές δυσκολίες σε ένα απρόσιτο περιβάλλον εάν δεν έχει αναπηρικό αμαξίδιο (βοήθημα). Αλλά εάν το περιβάλλον είναι προσβάσιμο και ένα αναπηρικό αμαξίδιο είναι πάντα διαθέσιμο για χρήση, αυτό το άτομο δεν θα έχει περιορισμούς κινητικότητας. Το άτομο, όμως, σε όλες τις παραπάνω περιπτώσεις, είναι το ίδιο και εξακολουθεί να έχει παραπληγία «Ελληνική Εθνική Συνομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρία (2005).

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (ΠΟΥ), προκειμένου να αποσαφηνίσει τυχόν «γκρίζες ζώνες» που σχετίζονται με τον ορισμό της αναπηρίας και την ταξινόμηση των αναπηριών και να επαναπροσδιορίσει τις παρεμβάσεις που απαιτούνται, υιοθετεί μια κοινωνική προσέγγιση ορίζοντας τις ακόλουθες έννοιες:

Βλάβη (Impairment) : οποιαδήποτε απώλεια ή ανωμαλία μιας ψυχολογικής ή ανατομικής δομής ή λειτουργίας.

Μειονέκτημα (Handicap) : Οποιοσδήποτε περιορισμός ή έλλειψη (που

προκύπτει από βλάβη) της ικανότητας ενός ατόμου να εκτελεί μια δραστηριότητα εντός ορίων ή με τρόπο που θεωρείται φυσιολογικός για έναν άνθρωπο.

Αναπηρία (disability) : Αναπηρία για ένα συγκεκριμένο άτομο, που προκύπτει από τραυματισμό ή αναπηρία (οργανική, ψυχική ή λειτουργική διαταραχή), η οποία περιορίζει ή εμποδίζει την εκπλήρωση ενός ρόλου που είναι φυσιολογικός για αυτό το άτομο (σε σχέση με την ηλικία, το φύλο και κοινωνικούς και πολιτιστικούς παράγοντες).

Αν και το πλαίσιο της Διεθνούς Ταξινόμησης τραυματισμών, ανικανότητας και αναπηρίας δηλώνει τη σημασία του κοινωνικού περιβάλλοντος και της συλλογικής ευθύνης για τον αποκλεισμό των ατόμων με αναπηρίες (και αναφέρεται επίσης στα ιδιαίτερα προσωπικά χαρακτηριστικά του ατόμου με αναπηρία) Ελληνική Εθνική Συνομοσπονδία Ατόμων με Αναπηρίες (2005), το πιο διαδεδομένο μοντέλο αξιολόγησης της αναπηρίας για όλα τα ευρωπαϊκά κράτη μέλη είναι η ιατρική εστίαση. Στην πραγματικότητα, όλες οι τρέχουσες ταξινομήσεις αναπηρίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση βασίζονται στην ιατρική προσέγγιση της αναπηρίας. Αδυνατούν να αναγνωρίσουν τον αντίκτυπο που έχουν οι ευρύτερες νοοτροπίες διακρίσεων και έλλειψης κοινωνικών δομών στα άτομα με αναπηρία, τα παιδιά και τους ενήλικες.

3. ΑΝΑΠΗΡΙΑ-ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΙΜΟΤΗΤΑ

Σύμφωνα με τη Σύμβαση για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρίες, τα Ηνωμένα Έθνη, από το 2006, όχι μόνο «απαγορεύουν τις διακρίσεις λόγω αναπηρίας σε όλα τα θέματα που σχετίζονται με όλες τις μορφές απασχόλησης, συμπεριλαμβανομένων των όρων πρόσληψης, πρόσληψης και απασχόλησης, συνέχισης της απασχόλησης, επαγγελματικής εξέλιξης και ασφαλών και υγιεινών συνθηκών εργασίας» (Άρθρο 27, 1. (α)), αλλά και την προώθηση ευκαιριών απασχόλησης και επαγγελματικής εξέλιξης των ατόμων με αναπηρία στην αγορά εργασίας. . . "(Άρθρο 27, 1. ε)),

καθώς και". . . ευκαιρίες για αυτοαπασχόληση, επιχειρηματικότητα, ανάπτυξη συνεταιρισμών και έναρξη δικής του επιχείρησης» (άρθρο 27, 1. στ)).

Η πλειονότητα των θέσεων εργασίας σήμερα δεν βασίζεται σε έντονη σωματική δραστηριότητα και, για όσες είναι, τα κατάλληλα εργαλεία είναι συχνά διαθέσιμα για να βοηθήσουν τα άτομα με σωματικές αναπηρίες να παραμείνουν ενεργά και να ενσωματωθούν στο εργατικό δυναμικό. Ομοίως, υπάρχουν σήμερα εργαλεία που δεν υπήρχαν στις προηγούμενες γενιές, όπως η τηλεργασία, που μπορούν να επιτρέψουν στα άτομα με νοητική αναπηρία να συνεχίσουν να εργάζονται (Areheart, Stein. 2015). Διάφοροι παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων, όπως η ενσυναίσθηση των εργοδοτών για τον εργαζόμενο, η στάση τους απέναντι στα άτομα με αναπηρίες, η εμπειρία τους και η γνώση της νομοθεσίας για την αναπηρία (Telwatte, A., Anglim, J., Wynton, S.K. Molding, R. 2017). Οι εργαζόμενοι με αναπηρία αναφέρουν πιο θετικές εμπειρίες όταν συγκεκριμένοι και γενικοί ανθρωπίνι πόροι, διευθυντές γραμμής, συνάδελφοι και οι ίδιοι έχουν μεγαλύτερη εμπειρία σε θέματα αναπηρίας.

<https://unsplash.com/s/photos/employment-disabled>



Οι Kulkarni και Gorakumar διερεύνησαν τα εμπόδια στην επιτυχία της σταδιοδρομίας και περιέγραψαν πώς τόσο τα άτομα με αναπηρίες όσο και τα μέλη του οργανισμού διαδραματίζουν ρόλο στη διαμόρφωση της σταδιοδρομίας ενός υπαλλήλου. Όσον αφορά τη βιώσιμη ανάπτυξη, οι πολύ νέοι εργαζόμενοι που συμμετέχουν στην πολύπλοκη μετάβαση στην ενηλικίωση χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής. Οι αυξημένες προκλήσεις και τα τρωτά σημεία κατά τη μετάβαση είναι προφανείς μεταξύ των νέων εργαζομένων με αναπηρία, διότι αντιμετωπίζουν πρόσθετες προκλήσεις που σχετίζονται με την αναπηρία τους, επιπλέον των προκλήσεων που βιώνουν οι άλλοι σε αυτό το στάδιο ανάπτυξης. Αυτές οι προκλήσεις εντοπίζονται στην οικοδόμηση του κοινωνικού τους εαυτού, στην απόκτηση ανεξαρτησίας και στην οικοδόμηση σταθερών ρόλων στον κοινωνικό κόσμο. Οι εργαζόμενοι με αναπηρία αντιμετωπίζουν περισσότερες δυσκολίες, καθώς συχνά περιθωριοποιούνται κοινωνικά, εξακολουθούν να εξαρτώνται περισσότερο από την οικογένειά τους και έχουν λιγότερες επιλογές για τη μελλοντική τους σταδιοδρομία. σε σύγκριση με εκείνους τους υπαλλήλους που συνήθως μεγαλώνουν μαζί με τους συνομηλίκους τους.

Το ζήτημα της ανεξαρτησίας και της αυτοδιάθεσης αποκτά έτσι ιδιαίτερη σημασία σε σχέση με τον κόσμο της αναπηρίας. Η μετάβαση στο εργατικό δυναμικό και η απόκτηση εργασίας φαίνεται να γίνεται αντιληπτή από τα άτομα με αναπηρία ως μέσο απόδειξης της «κανονικότητάς» τους, και ως εκ τούτου ως τρόποι καταπολέμησης των κοινωνικά καταπιεστικών κανόνων που δεν αναγνωρίζουν τη συμβατότητα της αναπηρίας με την απασχόληση, την ανεξάρτητη διαβίωση, τη σεξουαλικότητα και την πατρότητα (Βλάχου, Α., Παπανάνου, Ι. 2018). Η εργασία είναι μια πτυχή που επιτρέπει την επίτευξη και την ανάπτυξη της ανεξαρτησίας και είναι το κλειδί για την ευημερία των ατόμων με αναπηρίες. Αυτό επιβεβαιώνεται σε μια μελέτη των Bassi και DelleFave όπου η εργασία αναγνωρίζεται ως βέλτιστη εμπειρία από το 90% των ατόμων με αναπηρίες.

Λίγα είναι γνωστά για τις εμπειρίες πρώιμης απασχόλησης και την

ανάπτυξη δεξιοτήτων των νέων με αναπηρίες (Lindsay, S .; Adams, T.; McDougall, C .; Sanford, P. Skill 2012). Η παραπάνω έρευνα δείχνει ότι η αναπηρία αποτελεί εμπόδιο για την εξασφάλιση και τη διατήρηση της απασχόλησης, αλλά λίγα είναι γνωστά για τους συγκεκριμένους παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτά τα κακά αποτελέσματα και ακόμη λιγότερα είναι γνωστά για τους παράγοντες και τις διαδικασίες που μπορούν να τα βελτιώσουν. Στη μικρή υπάρχουσα βιβλιογραφία, ειδικός χώρος έχει αφιερωθεί στο η μελέτη της επίδρασης της αυτοδιάθεσης (που προορίζεται ως ατομική αυτονομία, αυτορρύθμιση και ψυχολογική ενδυνάμωση) και της αυτοπραγμάτωσης (Smith, P., Routel, C. 2010) κατά τη μετάβαση στην ενήλικη ψυχική αναπηρία και τις ειδικές γλωσσικές διαταραχές. Ειδικότερα, εξετάστηκε ο ρόλος αυτού του πόρου σε σχέση με τα αποτελέσματα που σχετίζονται με την εργασία, επισημαίνοντας θετικές συσχετίσεις με τα ποσοστά απασχόλησης, τα επίπεδα εισοδήματος και την οικονομική διαχείριση. Η αυτο-υπεράσπιση αναγνωρίστηκε ως προγνωστικός παράγοντας της επιτυχίας στην εργασία μετά την ολοκλήρωση της μελέτης, καθώς αποδείχθηκε ότι ήταν ένα κίνητρο που οδηγεί σε δραστηριότητες αναζήτησης εργασίας (Ardore, V. 2013). Ο ρόλος των κοινωνικών δεξιοτήτων, του αυτοελέγχου και της συνεργασίας υπογραμμίζεται επίσης στην αποτελεσματική αλληλεπίδραση με τους άλλους και στην επιτυχία στην απόκτηση και διατήρηση μιας θέσης εργασίας.

4. ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΜΕΘΟΔΩΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΗΡΙΑ

Διάφορες μέθοδοι έχουν χρησιμοποιηθεί κατά καιρούς για την ένταξη των ατόμων με αναπηρίες στην απασχόληση.

Οι κυριότερες, οι οποίες ονομάζονται «εναλλακτικές μορφές απασχόλησης», είναι οι ακόλουθες:



<https://www.freepik.com/vectors/office-character>

Προστατευμένη απασχόληση - Προστατευμένα Παραγωγικά Εργαστήρια

Η προστατευμένη απασχόληση (Protected employment) μπορεί να λάβει πολλές μορφές, π.χ. εργασία σε Εργαστήρια ειδικά σχεδιασμένα για άτομα με αναπηρία, εργασία σε προστατευμένες συνθήκες σε επιχειρήσεις με την υποστήριξη προϊσταμένου, εργασία στο τμήμα εταιρείας που έχει σχεδιαστεί ειδικά για την απασχόληση ατόμων με αναπηρία κ.λπ.

Μέσω αυτής της μεθόδου, τα άτομα με αναπηρίες έχουν την ευκαιρία να αποκτήσουν δεξιότητες και προηγούμενη υπηρεσία για την εκτέλεση συγκεκριμένων θέσεων εργασίας που συναντώνται επίσης στην ανοιχτή αγορά εργασίας. Με αυτόν τον τρόπο, τα άτομα με αναπηρία προστατεύονται από τους κινδύνους, τον ανταγωνισμό, την αποτυχία και την απογοήτευση που μπορεί να βιώσουν στην ανοιχτή αγορά εργασίας, γεγονός που συνήθως οδηγεί σε χαμηλή αυτοεκτίμηση.

Ο όρος «Προστατευμένη Απασχόληση» δεν έχει την ίδια έννοια σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ. Σε ορισμένες από αυτές, οι εργαζόμενοι θεωρούνται εργαζόμενοι και απολαμβάνουν ακριβώς τα ίδια δικαιώματα με άλλους

εργαζόμενους, ενώ σε άλλες όχι.

Τα Προστατευμένα Παραγωγικά Εργαστήρια (Protected Productive Laboratories -PPLs) έχουν μακρά ιστορία στις ΗΠΑ. Μεταξύ των πρώτων είναι αυτή της Σχολής Τυφλών Πέρκινς («Per-kins - Σχολή Τυφλών») γύρω στο 1840 (Marvin Rosen, Albert Bussone, Peter Dakunchak, Jr. John Cram. 1993). Στην Ευρώπη υπάρχουν πολύ περισσότερα προστατευμένα εργαστήρια στο Βορρά από ό,τι στις μεσογειακές χώρες.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα PPLs που παρέχουν προστατευμένες υπηρεσίες απασχόλησης συχνά εφαρμόζουν υποστηριζόμενα προγράμματα απασχόλησης και για το λόγο αυτό οι όροι «προστατευόμενοι» και «υποστηριζόμενοι» συχνά συγχέονται. Ωστόσο, πρόκειται για δύο διαφορετικές μεθόδους. Στην προστατευμένη απασχόληση οι τοποθετήσεις είναι κυρίως ομαδικές, ενώ στην υποστηριζόμενη απασχόληση είναι ατομικά. Also these models can take place in combination. For example, a person with a disability who has worked in a protected laboratory may at some point be placed in a job in the open labor market.

Υποστηριζόμενη Απασχόληση

Η μέθοδος «Υποστηριζόμενη Απασχόληση» αναπτύχθηκε στον Καναδά τη δεκαετία του 1980 από τους Mark Gold και Mike Callahan σε μια προσπάθεια ένταξης στην κοινωνία των ατόμων με σοβαρές αναπηρίες (π.χ. άτομα με νοητική υστέρηση κ.λπ.) που μέχρι τότε εκπαιδεύονταν και ζούσαν σε ιδρύματα ή εργάζονταν σε προστατευμένα εργαστήρια (Arbounioti B. 2003: 3).

Στόχος του υποστηριζόμενου μοντέλου απασχόλησης είναι η σύναψη επίσημης σύμβασης εργασίας που περιλαμβάνει αμοιβές και ασφάλιση. Με βάση τη μέθοδο της «συστηματικής καθοδήγησης», η εκπαίδευση του υποψηφίου ξεκινά με κυκλοφοριακή εκπαίδευση εντός πόλης, εάν είναι απαραίτητο, και ακολουθεί όλα τα βήματα για την ανάπτυξη επαγγελματικής συμπεριφοράς και πρακτικής.

Προσαρμοσμένη απασχόληση

Η "Προσαρμοσμένη Απασχόληση" δίνει έμφαση στην ατομική επιλογή, τις ανάγκες, τις φιλοδοξίες, τις ικανότητες, τα ταλέντα και τα προσόντα του ατόμου με αναπηρία (Gottlieb Aaron, Myhill N. William και Blanck Peter. 2010). Ο προσδιορισμός όλων των παραπάνω αποτελεί τη βάση για την έναρξη της επικοινωνίας με έναν εργοδότη. Στη συνέχεια, οι δυνατότητες, οι ικανότητες και τα ταλέντα του ατόμου συνδυάζονται με τις ανάγκες του εργοδότη ή τις απαιτήσεις της επιχειρηματικής δραστηριότητας που επιθυμεί να ακολουθήσει το άτομο με αναπηρία. Στην εξατομικευμένη απασχόληση, οι θέσεις εργασίας αποτελούν αντικείμενο διαπραγμάτευσης προκειμένου να προσαρμοστούν όσο το δυνατόν περισσότερο στις ειδικές ανάγκες των ατόμων με αναπηρίες. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε αυτό το εναλλακτικό μοντέλο απασχόλησης οι λογικές προσαρμογές (εργονομική διάταξη του χώρου εργασίας, προσαρμογή των καθηκόντων εργασίας, προσαρμογή του χρόνου εργασίας κ.λπ.) να βρουν την πλήρη εφαρμογή τους.

Η προσαρμοσμένη απασχόληση βασίζεται σε προηγούμενες αρχές, υπηρεσίες και στρατηγικές, ειδικά αυτές της υποστηριζόμενης απασχόλησης, και έχει ως αποτέλεσμα το σχεδιασμό εξατομικευμένων θέσεων εργασίας. Στη χώρα μας δεν υπάρχει θεσμικό πλαίσιο για εξατομικευμένη απασχόληση. Το προσαρμοσμένο μοντέλο απασχόλησης εφαρμόζεται ηλεκτρονικά μόνο στις ΗΠΑ.

5. ΚΟΙΝΩΝΙΚΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΕΙΔΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ

Κοινωνικές παροχές

Η ένταξη των ατόμων με αναπηρία στην απασχόληση συμβάλλει στη μείωση του συνολικού ποσοστού ανεργίας, στην επέκταση του εργατικού δυναμικού, στην αύξηση των πόρων των συστημάτων κοινωνικής ασφάλισης, στη μείωση του ποσοστού φτώχειας, στην αύξηση του εισοδήματός τους, το οποίο συνήθως βασίζεται σε πενιχρά επιδόματα

αναπηρίας, αύξηση της καταναλωτικής τους δύναμης και κατά συνέπεια αύξηση της παραγωγικότητας.

Όσον αφορά την καταναλωτική δύναμη των ατόμων με αναπηρία, αυτό που συνήθως παραβλέπεται είναι ότι αυτοί δεν είναι μόνο καταναλωτές ειδικών αγαθών και υπηρεσιών (π.χ. υποστηρικτική τεχνολογία, ιατρικές υπηρεσίες κ.λπ.), αλλά όλων των παρεχόμενων αγαθών και υπηρεσιών.

Η ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με τίτλο «Εκσυγχρονισμός των συστημάτων κοινωνικής προστασίας» αναφέρει ότι το ποσοστό των ηλικιωμένων στο σύνολο του πληθυσμού θα αυξηθεί κατά 2125 από 21% σε 30%. Έτσι, η γήρανση του πληθυσμού σε ευρωπαϊκό επίπεδο, και ακόμη περισσότερο στη χώρα μας, η οποία έχει ως συνέπεια τη μείωση του εργατικού δυναμικού, με τη σχετική οικονομική συνέπεια στα συστήματα κοινωνικής ασφάλισης, επιβάλλουν πλέον την ένταξη στην απασχόληση πληθυσμιακών ομάδων που μέχρι σήμερα αποκλείονταν, όπως π.χ. είναι η πληθυσμιακή ομάδα των ατόμων με αναπηρία.

Επιχειρηματικά οφέλη

Μερικά από τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει ένας εργοδότης ή μια επιχείρηση από την απασχόληση ατόμων με αναπηρία ή χρόνια ασθένεια είναι:

α) Βελτίωση της εταιρικής εικόνας και φήμης. Η βελτίωση της κοινωνικής ευαισθησίας της εταιρείας εμπνέει εμπιστοσύνη στους εργαζόμενους, τους πελάτες και τους συνεργάτες της και οδηγεί σε αύξηση της παραγωγικότητας, διεύρυνση της πελατειακής βάσης και βελτιωμένη συνεργασία με τους προμηθευτές.

β) Άνοιγμα σε μεγάλο καταναλωτικό κοινό. Η απασχόληση ατόμων με αναπηρία ή χρόνιες παθήσεις αυξάνει την πιθανότητα προσέλκυσης πελατών με αναπηρία ή χρόνιες παθήσεις και κατά συνέπεια συγγενών και φίλων τους, συμβάλλοντας έτσι στην αύξηση του κέρδους της επιχείρησης. Επιπλέον, οι εργαζόμενοι με αναπηρίες ή χρόνιες ασθένειες μπορούν να βοηθήσουν μια εταιρεία να αναπτύξει αποτελεσματικές

στρατηγικές μάρκετινγκ για να προσελκύσει πελάτες με αναπηρίες ή χρόνιες ασθένειες, βοηθώντας την εταιρεία να κατανοήσει τις ανάγκες αυτού του καταναλωτικού κοινού και να σχεδιάσει προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους.

γ) Ενίσχυση της επιχειρηματικής καινοτομίας. Τα άτομα με αναπηρία ή χρόνιες παθήσεις, ως φορείς διαφορετικών εμπειριών, μπορούν να συμβάλουν στη διάχυση της διάστασης της καινοτομίας στην εταιρεία (π.χ. ανάπτυξη νέων πολιτικών και πρακτικών, παραγωγή υπηρεσιών και προϊόντων νέας γενιάς κ.λπ.).

6. ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Ένα σημαντικό εμπόδιο που αντιμετωπίζουν τα άτομα με αναπηρίες στην απασχόληση είναι η έλλειψη πρόσβασης στην εκπαίδευση. Η εκπαίδευση, όπως και η κατάρτιση, είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την εύρεση εργασίας και τη δημιουργία ενός λογικού εισοδήματος. Ωστόσο, τα παιδιά με αναπηρίες συχνά στερούνται πρόσβασης σε επίσημη εκπαίδευση και κατάρτιση που αποτελεί εμπόδιο στις δυνητικές ικανότητές τους.

Ένα υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης που αποκτήθηκε από άτομα με αναπηρίες έχει βρεθεί ότι συνδέεται θετικά με την απασχόληση (Achtenberg T. J. et all (2009). Το επίπεδο πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης ή το χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης συσχετίστηκε με μικρότερη πιθανότητα απασχόλησης σε σύγκριση με το επίπεδο ανώτερης δευτεροβάθμιας ή τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και διαπιστώθηκε επίσης ότι οι γυναίκες ήταν λιγότερο πιθανό να απασχοληθούν από τους άνδρες. Η εκπαίδευση είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την προσωπική ευημερία καθώς και ένας τρόπος περιορισμού του κοινωνικού και οικονομικού κόστους. Το δικαίωμα στην εκπαίδευση των παιδιών με αναπηρία αναφέρεται ρητά στο άρθρο 24 της Σύμβασης για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρίες, το οποίο δηλώνει την ανάγκη οι κυβερνήσεις να διασφαλίσουν ίση πρόσβαση σε ένα «εκπαιδευτικό σύστημα χωρίς αποκλεισμούς σε όλα τα

επίπεδα» και να παρέχουν εύλογες προσαρμογές και υπηρεσίες προσωπικής υποστήριξης στα άτομα με αναπηρίες για να διευκολύνουν την εκπαίδευσή τους.

Επιπλέον, το 2014 διεξήχθη έρευνα στο Ηνωμένο Βασίλειο από την OPM (ομάδες εστίασης και ποιοτικές συνεντεύξεις) και την Ipsos MORI (εθνική έρευνα), σε συνεργασία με τον οργανισμό αναπηρίας SCOPE για την κατανόηση των προτεραιοτήτων των ατόμων με αναπηρίες για αλλαγή. Σε αυτή την έρευνα, αναφέρεται ότι, σε σχέση με την εκπαίδευση, προκύπτουν πολλά εμπόδια στις τάξεις και στο εκπαιδευτικό αποτέλεσμα, τα οποία επηρεάζουν το αίσθημα εμπιστοσύνης και αυτοεκτίμησης.

Οι νέοι έχουν επισημάνει αρνητικές εμπειρίες στην εκπαίδευση, ιδίως στα κανονικά σχολεία. Πολλοί από αυτούς τους ανθρώπους έχουν πέσει θύματα εκφοβισμού από συνομηλίκους τους χωρίς αναπηρία και ανέφεραν το αίσθημα της δυστυχίας και της απομόνωσης. Οι μαθητές με αναπηρίες που άλλαξαν σχολείο, από τη γενική εκπαίδευση στην ειδική εκπαίδευση, ένιωσαν περισσότερο να συμπεριλαμβάνονται. Έχουν επίσης αναφερθεί ζητήματα σχετικά με την έλλειψη εξατομικευμένης βοήθειας και υποστήριξης. Επιπλέον, αναφέρθηκε ότι οι συμμετέχοντες βίωσαν διακρίσεις όσον αφορά το στίγμα και ανακριβείς υποθέσεις. Οι εκπαιδευτικοί είχαν χαμηλότερες προσδοκίες από τους μαθητές με αναπηρίες, δεν τους ενθάρρυναν να αναπτυχθούν περαιτέρω και να επιτύχουν τους στόχους τους και υπήρχαν μαρτυρίες από μαθητές ότι οι εκπαιδευτικοί δεν επέτρεπαν σε αυτούς τους μαθητές να συμμετέχουν σε μαθήματα που ήταν πολύ προχωρημένα για αυτούς. Σε έκθεση του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας για την αναπηρία (2011), αναφέρονται τα ακόλουθα ως εμπόδια στην εκπαίδευση και τα σχολικά προβλήματα:

- Εκπαιδευτικό πρόγραμμα και παιδαγωγική: απαιτούνται ευέλικτες προσεγγίσεις στην εκπαίδευση προκειμένου να ανταποκρίνονται στις διαφορετικές ανάγκες κάθε μαθητή, όπως μέθοδοι διδασκαλίας, εκπαιδευτικό υλικό σε προσβάσιμη μορφή. Όταν απουσιάζουν τα παραπάνω υπάρχει μεγαλύτερος κίνδυνος αποκλεισμού για τα παιδιά με αναπηρίες.

- Ανεπαρκής κατάρτιση και υποστήριξη των εκπαιδευτικών: οι τάξεις είναι συχνά υπερπλήρεις, οι εκπαιδευτικοί δεν έχουν το χρόνο να υποστηρίξουν τις ανάγκες κάθε παιδιού, υπάρχει έλλειψη ειδικής κατάρτισης, απουσιάζουν επίσης οι δάσκαλοι και οι βοηθοί στην τάξη.
- Φυσικά εμπόδια: Υπάρχουν πολλά φυσικά εμπόδια που εμποδίζουν τους μαθητές με αναπηρίες να έχουν πρόσβαση σε σχολικά κτίρια. Επίσης, μπορεί να υπάρχουν προβλήματα με σκάλες, στενούς διαδρόμους, ακατάλληλα καθίσματα ή δυσπρόσιτες τουαλέτες στο ευρύτερο σχολικό περιβάλλον.
- Επισήμανση: η επισήμανση των παιδιών έχει αρνητικές επιπτώσεις όπως στιγματισμός, απόρριψη από συνομηλίκους, χαμηλότερες προσδοκίες και περιορισμένες δυνατότητες. Μια δράση κατά της σήμανσης, όπως έχει δείξει σχετική έρευνα στις ΗΠΑ, μπορεί να έχει θετικά αποτελέσματα για την ένταξη των παιδιών.
- Εμπόδια συμπεριφοράς: αυτά περιλαμβάνουν χαμηλές προσδοκίες για ακαδημαϊκά επιτεύγματα.
- Βία, εκφοβισμός και κακοποίηση: Τα παιδιά με αναπηρίες αντιμετωπίζουν μεγαλύτερο κίνδυνο βίας από εκπαιδευτικούς, άλλα μέλη του προσωπικού και συνομηλίκους.

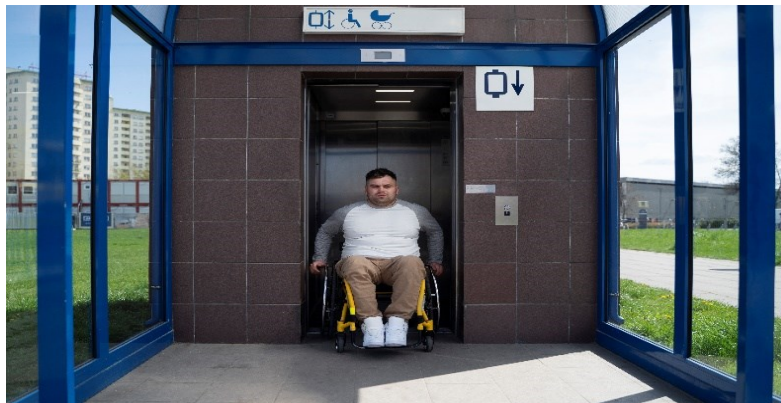
Όλα τα παραπάνω υπογραμμίζουν ότι τα παιδιά πρέπει να έχουν ίση πρόσβαση στην εκπαίδευση και ίση ποιότητα υπηρεσιών. Καθώς υπάρχει ισχυρή σύνδεση μεταξύ εκπαίδευσης και απασχόλησης, οι χαμηλότερες δεξιότητες και προσόντα οδηγούν σε μακροπρόθεσμες συνέπειες για την απασχολησιμότητα των ατόμων με αναπηρία.

7. ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ

"Εμπόδιο» σημαίνει οτιδήποτε θέτει φραγμό στην αυτονομία και την ισότιμη συμμετοχή των ατόμων με αναπηρία ή χρόνιες παθήσεις στον κόσμο της απασχόλησης. Τα κύρια εμπόδια που συναντά ένα άτομο με

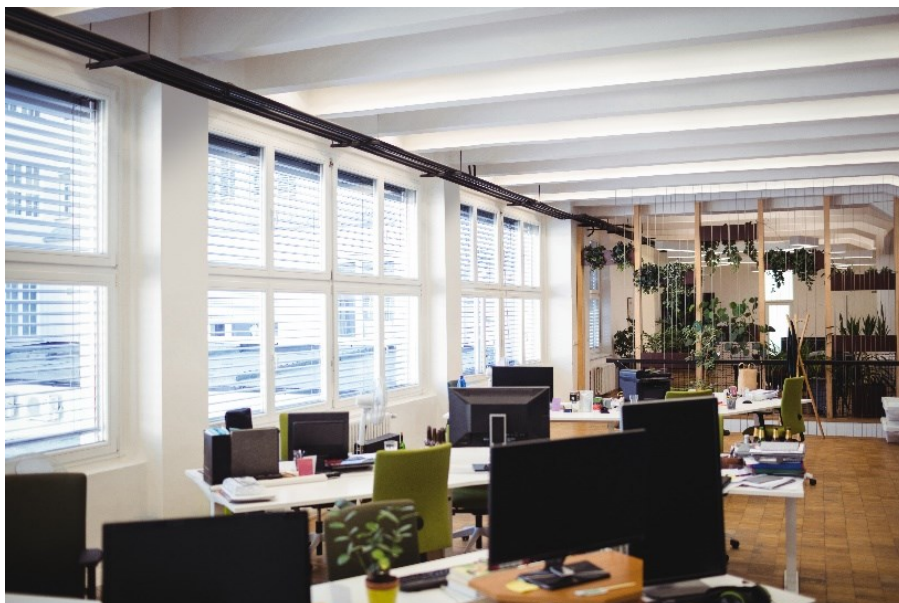
αναπηρία στο εργασιακό περιβάλλον είναι τα ακόλουθα:

α) **Αρχιτεκτονικά εμπόδια**, τα οποία αφορούν το σχεδιασμό των κτιρίων όπου βρίσκονται οι χώροι εργασίας, τόσο εντός όσο και πέριξ αυτών (π.χ. χώροι στάθμευσης, μέγεθος ανελκυστήρων, σκάλες αντί ράμπες), την ποιότητα των υλικών που χρησιμοποιούνται (π.χ. ολισθηρά δάπεδα) κ.λπ..



<https://www.freepik.com/photos/wheelchair>

β) **Εργονομικά φράγματα**, τα οποία σχετίζονται με αντικείμενα εργασίας (π.χ. έπιπλα), τα οποία τοποθετούνται με τέτοιο τρόπο ώστε να μην μπορούν να προσεγγιστούν από άτομα με ειδικές ανάγκες (π.χ. χρήστες αναπηρικών αμαξιδίων),



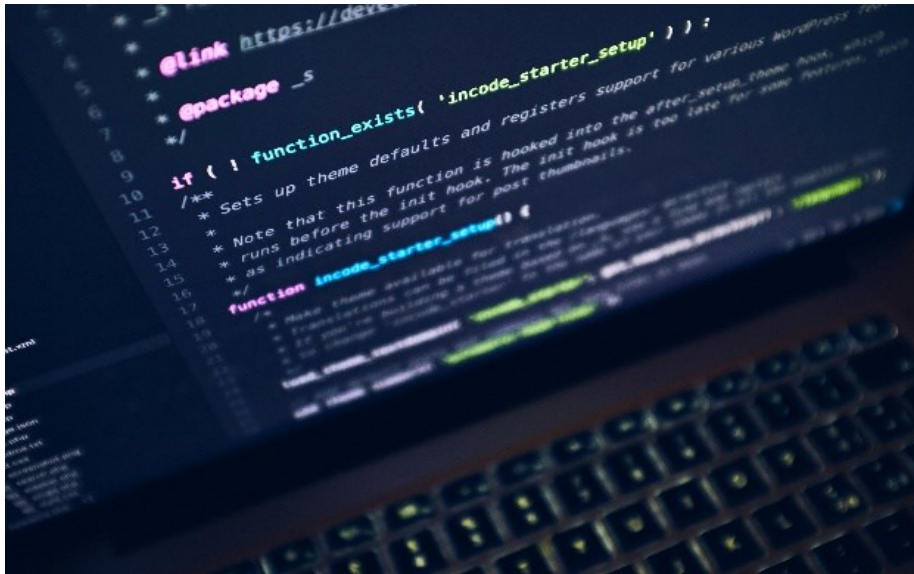
<https://www.freepik.com/photos/office>

Γ) **Ιδεολογικά εμπόδια**, τα οποία σχετίζονται με αρνητικές αντιλήψεις και στάσεις απέναντι σε εργαζόμενους με αναπηρία ή χρόνιες παθήσεις (π.χ. ... Αυτοί οι άνθρωποι δεν είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της εργασίας τους και να είναι οι ίδιοι ή πιο παραγωγικοί),



<https://unsplash.com/s/photos/chronic-diseases>

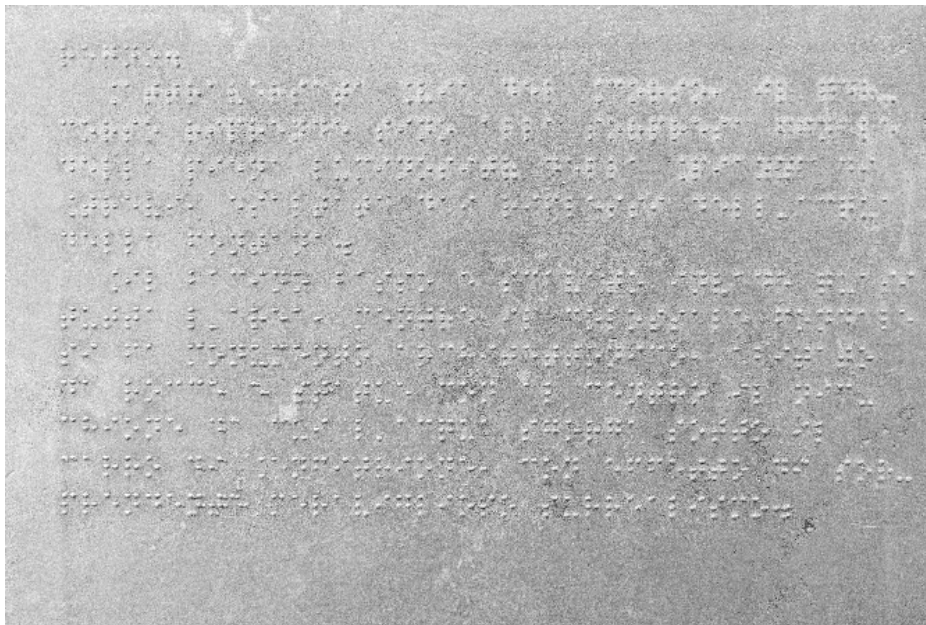
Δ) **Τεχνολογικά εμπόδια**, τα οποία αφορούν τη χρήση τεχνολογικών μέσων και εφαρμογών που δεν ανταποκρίνονται στις ανάγκες των ατόμων με αναπηρία (π.χ. ηλεκτρονικές εφαρμογές της εταιρείας που δεν είναι προσβάσιμες σε εργαζόμενους με αναπηρία και ως εκ τούτου δεν μπορούν να τις χρησιμοποιήσουν),



<https://unsplash.com/s/photos/electronic-applications>

Ε) Εμπόδια σχετικά με την πληροφόρηση και την επικοινωνία, τα οποία σχετίζονταν με την έλλειψη προσβάσιμων μέσων πληροφόρησης (π.χ. διαθεσιμότητα κειμένων σε εναλλακτικές μορφές, όπως η γραφή Braille) και επικοινωνίας (π.χ. παροχή διερμηνείας στη νοηματική γλώσσα),

<https://unsplash.com/s/photos/braille>



f) **Διοικητικά-γραφειοκρατικά εμπόδια**, τα οποία σχετίζονται με πολιτικές, πρακτικές, διαδικασίες και κανονισμούς της εταιρείας που αποκλείουν τα άτομα με αναπηρία (π.χ. διεξαγωγή γραπτών εξετάσεων για την επιλογή εργαζομένων χωρίς την παροχή προφορικών εξετάσεων για τυφλούς υποψηφίους).

Εκτός από τα παραπάνω εμπόδια, υπάρχουν πιο συγκεκριμένα εμπόδια που αντιμετωπίζουν τα άτομα με αναπηρίες ανάλογα με το είδος της αναπηρίας τους.

<https://unsplash.com/s/photos/bureaucracy>



Ενδεικτικός προσδιορισμός:

Ι) Άτομα με κινητικές αναπηρίες: Τα άτομα με κινητικές αναπηρίες αντιμετωπίζουν κυρίως αρχιτεκτονικά και εργονομικά εμπόδια. Επιπλέον, ένα ιδιαίτερο εμπόδιο στην αυτονομία των ατόμων με κινητικές αναπηρίες είναι η έλλειψη ευρύχωρων χώρων στους οποίους μπορεί να κινηθεί ο χρήστης αναπηρικού αμαξιδίου. Η άρση αυτών των εμποδίων μπορεί να διευκολύνει άλλες κατηγορίες εργαζομένων, όπως οι έγκυες εργαζόμενες, οι εργαζόμενες που έχουν χάσει μέρος της λειτουργικότητάς τους λόγω ατυχημάτων κ.λπ..

II) Άτομα με αισθητηριακές αναπηρίες: Οι κωφοί και βαρήκοοι αντιμετωπίζουν εμπόδια στην πληροφόρηση, όταν αυτή παρέχεται μόνο μέσω ηχοσυστημάτων, και στην προφορική επικοινωνία, όταν δεν υπάρχει διερμηνεία στη νοηματική γλώσσα. Οι τυφλοί και τα άτομα με προβλήματα όρασης αντιμετωπίζουν εμπόδια που σχετίζονται με τον προσανατολισμό τους στο χώρο (έλλειψη χρωματικών αντιθέσεων στους τοίχους, έλλειψη ανάγλυφης σήμανσης κ.λπ.).

8. ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΑΡΣΗΣ ΕΜΠΟΔΙΩΝ

I) **Προσβασιμότητα.** Ως «προσβασιμότητα» νοείται το χαρακτηριστικό του περιβάλλοντος (φυσικού, δομημένου ή ηλεκτρονικού), της υπηρεσίας ή του αγαθού που εξασφαλίζει την αυτόνομη, ασφαλή και άνετη προσέγγιση και χρήση από όλους τους χρήστες χωρίς διακρίσεις φύλου, ηλικίας, αναπηρίας και άλλων χαρακτηριστικών (σωματική διάπλαση, δύναμη, αντίληψη κ.λπ.). "Οικουμενικός σχεδιασμός" ή "Σχεδιασμός για όλους" σημαίνει το σχεδιασμό προϊόντων, περιβαλλόντων, προγραμμάτων και υπηρεσιών που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν από όλους τους ανθρώπους, στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό, χωρίς την ανάγκη προσαρμογής ή εξειδικευμένου σχεδιασμού. Ο όρος «Οικουμενικός σχεδιασμός» δεν αποκλείει τις βοηθητικές συσκευές για συγκεκριμένες ομάδες ατόμων με αναπηρίες, όπου απαιτείται (βλ. άρθρο 2 της σύμβασης των Ηνωμένων Εθνών για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία). Η διαφορά μεταξύ προσβασιμότητας και καθολικού σχεδιασμού είναι ότι ο τελευταίος λαμβάνει υπόψη την προσβασιμότητα από τον αρχικό σχεδιασμό.

II) **Λογικές προσαρμογές.** Ως «εύλογες προσαρμογές» νοούνται «αναγκαίες και κατάλληλες προσαρμογές και ρυθμίσεις που δεν επιβάλλουν δυσανάλογη ή υπέρμετρη επιβάρυνση, όταν απαιτείται σε συγκεκριμένη περίπτωση, προκειμένου να διασφαλιστεί, για τα άτομα με αναπηρίες, η απόλαυση ή η άσκηση, σε ισότιμη βάση με τους άλλους, όλων των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και θεμελιωδών ελευθεριών» (Άρθρο 2 της Σύμβασης των Ηνωμένων Εθνών). Επιπλέον, η νομοθεσία ορίζει ότι ο εργοδότης υποχρεούται να λαμβάνει κατά περίπτωση όλα τα

κατάλληλα μέτρα προκειμένου τα άτομα με αναπηρία ή χρόνιες παθήσεις να έχουν πρόσβαση σε θέσεις εργασίας, καθώς και τη δυνατότητα συμμετοχής στην επαγγελματική κατάρτιση, εφόσον τα μέτρα αυτά δεν επιβαρύνουν δυσανάλογα τον εργοδότη (δηλαδή το κόστος τους δεν είναι τόσο υψηλό ώστε να δημιουργεί οικονομικό πρόβλημα στην επιχείρηση). Η επιβάρυνση δεν θεωρείται δυσανάλογη όταν αντισταθμίζεται επαρκώς από μέτρα προστασίας που λαμβάνονται στο πλαίσιο της χάραξης πολιτικής για άτομα με αναπηρία ή χρόνιες παθήσεις (π.χ. επιχορήγηση επιχείρησης που χρηματοδοτείται από το κράτος για την πραγματοποίηση εύλογων προσαρμογών σε εργαζομένους με αναπηρία ή χρόνιες παθήσεις). Προϋπόθεση για την εφαρμογή μιας εύλογης προσαρμογής είναι ότι ο εργαζόμενος το ζητά όταν η αναπηρία / χρόνια πάθηση δεν είναι προφανής. Εάν είναι προφανές, τότε ο εργοδότης μπορεί να ρωτήσει ευγενικά τον εργαζόμενο τι είδους προσαρμογές χρειάζεται για να μπορέσει να εκπληρώσει τα καθήκοντά του. Οι «εύλογες προσαρμογές» δεν είναι συνώνυμες με την «προσβασιμότητα», καθώς οι πρώτες εξατομικεύονται, ενώ οι δεύτερες αφορούν όλα τα άτομα με αναπηρία ως ομάδα. Οι «εύλογες προσαρμογές» αναφέρονται συνοπτικά: α) στην προσαρμογή των κτιριακών εγκαταστάσεων της εταιρείας (π.χ. κατασκευή ράμπας ώστε ο εργαζόμενος - χρήστης αναπηρικού αμαξιδίου να μπορεί να κινείται άνετα), β) στην προσαρμογή του χώρου εργασίας και του επίπλου (π.χ. γραφείο προσβάσιμο σε αναπηρικό αμαξίδιο), γ) στην παροχή υποστηρικτικής τεχνολογίας (π.χ. εξοπλισμός, λογισμικό, τεχνικά βοηθήματα), δ) στην τροποποίηση πολιτικών/διαδικασιών/πρακτικών που εφαρμόζει η εταιρεία και οι οποίες την καθιστούν δύσκολο για τον εργαζόμενο με αναπηρία ή χρόνια ασθένεια (π.χ. ευέλικτο ωράριο εργασίας, ικανότητα εργασίας από το σπίτι, διαδικασίες διαφυγής εργαζομένων με αναπηρία σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης κ.λπ.), ε) η παροχή «μορφών ζωντανής βοήθειας και μεσαζόντων», όπως διερμηνείς νοηματικής γλώσσας, τυφλοί αναγνώστες και συνοδοί, προσωπικοί εκπαιδευτές για την εκμάθηση του αντικειμένου της εργασίας για άτομα με νοητική αναπηρία κ.λπ..

III) Ενημέρωση / ευαισθητοποίηση του προσωπικού. Η ενημέρωση/ ευαισθητοποίηση του προσωπικού σε θέματα αναπηρίας/χρόνιων

παθήσεων και η ίση μεταχείριση συμβάλλουν σημαντικά στη δημιουργία ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για τους εργαζόμενους με αναπηρία. Για την υλοποίηση δράσεων ενημέρωσης / ευαισθητοποίησης, η εταιρεία μπορεί να συνεργάζεται με τις οργανώσεις ατόμων με αναπηρία και χρόνιες παθήσεις.

9. ΜΕΤΡΑ ΘΕΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο αποκλεισμός των κοινωνικά ευάλωτων ομάδων εξαρτάται από τις κοινωνικές συνθήκες, τη συμπεριφορά των ομάδων, καθώς και από τις εφαρμοζόμενες πολιτικές και προγράμματα.

Όπως προαναφέρθηκε, τα μειονεκτήματα και ο αποκλεισμός που βιώνουν τα άτομα με αναπηρία, όχι λόγω της αναπηρίας τους, αλλά στην αντίδραση της κοινωνίας σε αυτές τις αναπηρίες και στους νόμους και τις πολιτικές και τα προγράμματα (ILO, 2011).

Φαίνεται να υπάρχει σύνδεση μεταξύ των κυβερνητικών πολιτικών, των συστημάτων παροχών και της αποτυχίας της κοινωνικής ένταξης των ευάλωτων ομάδων (Colin Barnes, 2008: 6). Παρόλα αυτά, είναι σημαντικό να δοθεί προσοχή σε κοινωνικούς παράγοντες όπως τα κοινωνικά και θεσμικά εμπόδια που επηρεάζουν τη ζωή των ατόμων με αναπηρίες, όπως αναφέρεται στο κοινωνικό μοντέλο της αναπηρίας (Roulstone, 2004: 18).

Τα κοινωνικά εμπόδια επηρεάζουν άμεσα το ποσοστό απασχόλησης. Τα άτομα με αναπηρία συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν σημαντικά χαμηλότερα ποσοστά απασχόλησης σε σχέση με τον υπόλοιπο πληθυσμό, παρά την αύξηση των ατόμων με αναπηρία και τη νομοθεσία για την απαγόρευση των διακρίσεων λόγω αναπηρίας (Chabot, 2013: 1).

Ακολουθεί κατάλογος μέτρων θετικής δράσης που μπορούν να ληφθούν για την ένταξη των ατόμων με αναπηρία στην εργασία.

Συστήματα ποσοστώσεων ή υποχρεωτικές τοποθετήσεις

Ένα θετικό μέτρο είναι το σύστημα ποσοστώσεων ("Σύστημα

Ποσοστώσεων"). Οι περισσότερες χώρες της Ευρώπης και του κόσμου έχουν συστήματα ποσοστώσεων, αλλά είναι αρκετά διαφορετικά μεταξύ τους. Οι κυριότερες διαφορές τους αφορούν τα ακόλουθα::

I) Στο είδος των υπόχρεων φορέων

Στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες η υποχρέωση τοποθέτησης αφορά τόσο τον δημόσιο όσο και τον ιδιωτικό τομέα. Εξαιρέσεις αποτελούν το Βέλγιο και η Ιρλανδία, χώρες στις οποίες ευθύνεται μόνο το κοινό. Σε ορισμένες χώρες, ορισμένες υπηρεσίες, όπως ο στρατός, η αστυνομία, η πυροσβεστική (Τσεχική Δημοκρατία), εξαιρούνται από την εφαρμογή υποχρεωτικών τοποθετήσεων. Ταξίδια και οι εταιρείες μεταφορών, οι ΜΚΟ και οι συνδικαλιστικές οργανώσεις (Ιταλία) μπορούν επίσης να εξαιρεθούν.

II) Στις ομάδες που προστατεύονται

Στις περισσότερες χώρες, οι αναγκαστικές τοποθετήσεις αφορούν μόνο την πληθυσμιακή ομάδα των ατόμων με αναπηρία, διότι η ένταξη άλλων ομάδων (όπως συμβαίνει στο σύστημα ποσοστώσεων της Ελλάδας, μέσω του οποίου, εκτός από τα άτομα με αναπηρία, προστατεύονται οι πολύτεκνες οικογένειες και τα παιδιά των αγωνιστών της εθνικής αντίστασης) θα δημιουργούσε προβλήματα στη λειτουργία ολόκληρου του συστήματος, καθώς διαφορετικές ομάδες έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά και διαφορετικές ανάγκες. Σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες, μάλιστα, δίνεται στον εργοδότη το δικαίωμα, αντί της υποχρεωτικής τοποθέτησης ενός συγκεκριμένου ατόμου, να μπορεί να επιλέξει μεταξύ περισσότερων υποψηφίων με παρόμοια προσόντα.

III) Το ποσοστό των υποχρεωτικών τοποθετήσεων

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, το ποσοστό των υποχρεωτικών τοποθετήσεων κυμαίνεται από 2% έως 7%. Ωστόσο, υποχρεωτικές εταιρείες είναι στις περισσότερες περιπτώσεις εκείνες με αριθμό προσωπικού πολύ κάτω από 50 άτομα που προβλέπονται από το ελληνικό σύστημα ποσοστώσεων, φθάνοντας τον αριθμό των 15 εργαζομένων. Στη Γαλλία, για παράδειγμα,

το 2018, το υποχρεωτικό ποσοστό προσλήψεων για άτομα με αναπηρία στον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα ήταν 6 % για εταιρείες με περισσότερους από 20 υπαλλήλους. Επιπλέον, στη Γερμανία, το ίδιο έτος, οι υποχρεωτικές τοποθετήσεις ανήλθαν σε 5% σε εταιρείες με περισσότερους από 20 εργαζόμενους, ενώ στην Ιταλία το ποσοστό αυτών των τοποθετήσεων ήταν κλιμακούμενο, δηλαδή 7% για εταιρείες με περισσότερους από 50 εργαζόμενους, 1 εργαζόμενο με αναπηρία για εταιρείες με 15 έως 35 εργαζόμενους και 2 εργαζόμενους με αναπηρία για τις εταιρείες με 36 έως 50 υπαλλήλους.

IV) Στο σύστημα βαθμολόγησης

Ο βαθμός προστασίας (βαθμολόγηση) στο πλαίσιο του συστήματος ποσοστρώσεων (κυρίως στη Γερμανία, τη Γαλλία και την Τσεχική Δημοκρατία) παρέχεται συχνά με βάση τα ατομικά χαρακτηριστικά κάθε υποψηφίου, όπως ο βαθμός αναπηρίας του και, σε ορισμένες περιπτώσεις, το φύλο, η ηλικία, η αιτία αναπηρίας ή ακόμη και αν ο υποψήφιος προέρχεται από κάποια μορφή εναλλακτικής απασχόλησης (προστατευόμενη ή υποστηριζόμενη).

V) Το είδος των κυρώσεων που προβλέπονται σε περίπτωση άρνησης υποχρεωτικής τοποθέτησης

Σε αρκετές ευρωπαϊκές χώρες, η αδυναμία ή η απροθυμία των εργοδοτών να προσλάβουν προστατευόμενα άτομα αντικαθίσταται από την καταβολή προστίμου (φόρου). Τα χρήματα που συγκεντρώνονται χρησιμοποιούνται για τη χρηματοδότηση της απασχόλησης των ατόμων με αναπηρίες ή για την εφαρμογή πολιτικών προς όφελός τους. Αυτή είναι μια εναλλακτική εκπλήρωση, η οποία διευκολύνει τις επιχειρήσεις σε ακραίες περιπτώσεις. Ωστόσο, δεν παρέχεται τέτοια πληρωμή όταν ο δημόσιος τομέας είναι υπεύθυνος, αλλά μια τέτοια εκπλήρωση δεν καλύπτει ολόκληρη την υποχρεωτική ποσόστωση και αποτελεί εξαίρεση. Π.χ. το 2014 στην Τσεχική Δημοκρατία, το ποσό του προστίμου αντιστοιχούσε στα 11/2 του μέσου μισθού και τα χρήματα που

εισπράχθηκαν χρησιμοποιήθηκαν για την επιδότηση των εργοδοτών που απασχολούσαν άτομα με αναπηρία 50% ή περισσότερο του συνολικού αριθμού των εργαζομένων στην επιχείρησή τους. Στη Σλοβακία, την ίδια χρονιά, το ποσοστό αυτού του προστίμου ήταν τριπλάσιο του βασικού μισθού και τα χρήματα που εισπράχθηκαν -από το Γραφείο Περιφερειακής Απασχόλησης, Κοινωνικών και Οικογενειακών Υποθέσεων- χρησιμοποιήθηκαν για την ενίσχυση της απασχόλησης των ατόμων με αναπηρία. Στην Ουγγαρία, το πρόστιμο ανήλθε στο 258% του βασικού μισθού και τα χρήματα, τα οποία συγκεντρώθηκαν σε ειδικό ταμείο, χρησιμοποιήθηκαν για την επιδότηση προγραμμάτων κατάρτισης και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας για άτομα με αναπηρίες. Στη Γερμανία, το ύψος του προστίμου υπολογίστηκε βάσει του επιπέδου συμμόρφωσης με το σύστημα των ποσοστώσεων. Τα χρήματα, τα οποία συγκεντρώθηκαν επίσης σε ειδικό ταμείο, χρησιμοποιήθηκαν για τη χρηματοδότηση μέτρων για την ενίσχυση της απασχόλησης των ατόμων με αναπηρίες.

Επίσης, σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες υπάρχει μερική ή ολική αντικατάσταση της υποχρέωσης των εργοδοτών να προσλαμβάνουν άτομα με αναπηρία αγοράζοντας προϊόντα από εταιρείες, Προστατευόμενα Παραγωγικά Εργαστήρια (PPLs) και κοινωνικές επιχειρήσεις. Π.χ. στη Γαλλία, το 2014, μια εταιρεία θα μπορούσε να αντικαταστήσει το ήμισυ της ευθύνης της με την αγορά προϊόντων. Στην Τσεχική Δημοκρατία, οι εταιρείες θα μπορούσαν να αντικαταστήσουν πλήρως την υποχρέωσή τους αγοράζοντας προϊόντα ή υπηρεσίες από PPLs ή από άλλα εργαστήρια που απασχολούν άτομα με αναπηρία ίση ή μεγαλύτερη από το 50% του συνολικού προσωπικού τους. Στη Γερμανία, το 50 % του ποσού που είχαν διαθέσει για την αγορά προϊόντων από ιδρύματα όπως τα προαναφερθέντα, μπορούσε να αφαιρεθεί από το πρόστιμο που οι εταιρείες όφειλαν να καταβάλουν για τη μη συμμόρφωσή τους με το σύστημα ποσοστώσεων.

10. ΣΤΟΧΕΥΜΕΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ

- **Επιδότηση απασχόλησης για άτομα με αναπηρία**

Σκοπός του προγράμματος είναι η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας με την επιδότηση μέρους του μισθολογικού και μη μισθολογικού κόστους, το οποίο αντιστοιχεί στο σύνολο των ασφαλιστικών εισφορών, βάσει των οποίων οι μισθοί αντιστοιχούν στο ύψος του κατώτατου βασικού μισθού, όπως ορίζεται κάθε φορά από την Εθνική Γενική Συλλογική Σύμβαση Εργασίας.

- **Τοπικές δράσεις κοινωνικής ένταξης για ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού**

Στόχος του Προγράμματος είναι η διασφάλιση της δημιουργίας θέσεων εργασίας με την ενεργοποίηση και κινητοποίηση τοπικών φορέων για τους ανέργους που ανήκουν σε κοινωνικά ευπαθείς ομάδες, οι οποίοι χρειάζονται συνδυασμένες παρεμβάσεις προκειμένου να μπορέσουν να ενταχθούν ή να επανενταχθούν στην αγορά εργασίας. Ως εκ τούτου, το Πρόγραμμα περιλαμβάνει δράσεις όπως κατάρτιση και εκπαίδευση, πρακτική άσκηση σε ιδιωτικές εταιρείες, εκπόνηση επιχειρηματικού σχεδίου, εξειδικευμένες υπηρεσίες αξιολόγησης και έρευνας για την ίδρυση νέων επιχειρήσεων, υποστήριξη σε νομικά και φορολογικά θέματα.

Επίσης στόχος του προγράμματος είναι οι άνεργοι ωφελούμενοι αφού ολοκληρώσουν την προετοιμασία τους μέσα από τις παραπάνω δράσεις να μπορέσουν:

- να ιδρύσουν εταιρείες, οι οποίες θα αξιοποιήσουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής τους,
- να αποκτήσουν τους όρους που θα επιδοτηθούν / χορηγηθούν από άλλα επενδυτικά προγράμματα,
- να αναπτύξουν δεξιότητες που θα ανταποκρίνονται στις

προσδιορισμένες ανάγκες των τοπικών companies that will hire them.

- **Χορήγηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας των ατόμων με αναπηρία**

Εκτός από την εξαρτημένη απασχόληση και την αυτοαπασχόληση, μια άλλη μορφή απασχόλησης είναι η επιχειρηματική δραστηριότητα.

11. ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Ακολουθεί ενδεικτική παρουσίαση της υποστηρικτικής τεχνολογίας ανά κατηγορία αναπηρίας.

- **Βοηθητική τεχνολογία για τυφλούς:** Μίξερ ήχου, λογισμικό ανάγνωσης οθόνης, εκτυπωτές κειμένου Μπράιγ (Braille), εργαλεία μετάφρασης Braille, καταγραφικά Braille, οπτικός μηχανισμός αναγνώρισης χαρακτήρων, ανιχνευτής ομιλίας.

- **Υποστηρικτική τεχνολογία για άτομα με προβλήματα όρασης:** χαμηλή σκάλα / φωτεινή οθόνη, μεγάλες οθόνες υψηλής ευκρίνειας, οθόνες υπολογιστών με πολύ μεγάλους χαρακτήρες, τυποποιημένο υλικό με πολύ μεγάλους χαρακτήρες, μεγάλες εκτυπώσεις, επιλογή χρωμάτων και χρωματικών αντιθέσεων, βοηθήματα πληκτρολόγησης.

- **Υποστηρικτική τεχνολογία για άτομα με κινητικές δυσκολίες:** βασικός έλεγχος επιπέδου επανάληψης, εναλλακτικά πληκτρολόγια, συσκευές που δεν απαιτούν πρόσθετα πληκτρολόγια, λογισμικό πρόβλεψης λέξεων, αναγνώριση ήχου, ρομποτικές συσκευές, εναλλακτικά ποντίκια υπολογιστών, βασικά χαρακτηριστικά ασφαλείας, ακουστικά ήχου, βασικός ώμος (για ακουστικά, μικρόφωνα κ.λπ.), ακουστικά με προσκέφαλο.

- **Βοηθητική τεχνολογία για κωφούς και βαρήκοους:** οπτικά βοηθήματα υπολογιστών, ακουστικά βαρηκοΐας και ενισχυτές, τηλέφωνα

με αποκωδικοποιητές ομιλίας, τηλέφωνα που μεταφράζουν γραπτά σε προφορικό λόγο, συστήματα σηματοδότησης, videos με επικεφαλίδες και υπότιτλους, ή διερμηνεία στη νοηματική γλώσσα

12. ΕΝΩΣΗ ΙΣΟΤΗΤΑΣ: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΑ 2021-2030

Στην επίσημη ιστοσελίδα της Ε.Ε. ανακοινώθηκε η Στρατηγική για τα Δικαιώματα των Ατόμων με Αναπηρία 2021-2030, σύμφωνα με την οποία:

“Για να επιτευχθεί περαιτέρω πρόοδος όσον αφορά τη διασφάλιση της πλήρους συμμετοχής των ατόμων με αναπηρία, η νέα και ενισχυμένη **στρατηγική για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία 2021-2030** θα καθοδηγήσει τη δράση των κρατών μελών καθώς και των θεσμικών οργάνων της ΕΕ, αξιοποιώντας τα επιτεύγματα της προηγούμενης δεκαετίας και προσφέροντας λύσεις στις μελλοντικές προκλήσεις. Η νέα στρατηγική θα συμβάλει στην υλοποίηση των προτεραιοτήτων της προέδρου φον ντερ Λάιεν για την οικοδόμηση μιας Ένωσης ισότητας και την υλοποίηση του ευρωπαϊκού πυλώνα κοινωνικών δικαιωμάτων.

- **Ποιος είναι ο στόχος της στρατηγικής;**

Η στρατηγική για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία 2021-2030 αποσκοπεί στην αντιμετώπιση των ποικίλων προκλήσεων που αντιμετωπίζουν τα άτομα με αναπηρία. Αποσκοπεί στην επίτευξη προόδου σε όλους τους τομείς της Σύμβασης των Ηνωμένων Εθνών για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία, τόσο σε επίπεδο ΕΕ όσο και σε επίπεδο κρατών μελών.

Στόχος είναι να διασφαλιστεί ότι τα άτομα με αναπηρία στην Ευρώπη, ανεξαρτήτως φύλου, φυλετικής ή εθνοτικής καταγωγής, θρησκείας ή πεποιθήσεων, ηλικίας ή γενετήσιου προσανατολισμού:

- απολαμβάνουν τα ανθρώπινα δικαιώματά τους,
- έχουν ίσες ευκαιρίες,

- έχουν ίση πρόσβαση για συμμετοχή στην κοινωνία και την οικονομία,
- είναι σε θέση να αποφασίσουν πού, πώς και με ποιον ζουν,
- μπορούν να κυκλοφορούν ελεύθερα στην ΕΕ ανεξάρτητα από τις ανάγκες υποστήριξής τους,
- δεν βιώνουν πλέον διακρίσεις.”

Μπορείτε να κάνετε λήψη τη στρατηγική στο Η Ένωση ισότητας: Στρατηγική για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία 2021-2030.

13. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Τα τελευταία χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί πολλές δράσεις προκειμένου να διασφαλιστεί η προστασία των δικαιωμάτων των ατόμων με αναπηρία και να αυξηθούν οι ευκαιρίες απασχόλησής τους.

Ωστόσο, πρέπει να γίνουν ακόμη πολλά και κάθε χώρα καλείται να προσαρμόσει τις δράσεις της σύμφωνα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτεραιότητές της.

Σύμφωνα με τους συμμετέχοντες στην έρευνα OPM & Ipsos (2014), απαιτούνται αλλαγές προκειμένου οι εργοδότες να ενημερώνονται και να εκπαιδεύονται σχετικά με υποστηρικτικές δράσεις που επιτρέπουν στα άτομα με αναπηρία να παραμείνουν και να είναι αποτελεσματικά στην εργασία.

Επιπλέον, σύμφωνα με την έρευνα, τα άτομα με ειδικές ανάγκες εκτιμούν ότι απαιτείται πρόοδος σε σχέση με την προσβασιμότητα των διαδικασιών κατάρτισης και υποβολής αιτήσεων απασχόλησης, συμπεριλαμβανομένων εύλογων προσαρμογών. Επίσης, αναφέρεται ότι υπάρχει ανάγκη για περισσότερη υποστήριξη στις αιτήσεις εργασίας και στην εύρεση εργασίας. Έτσι, το κράτος πρέπει να διαδραματίσει σημαντικότερο ρόλο στην εφαρμογή των πολιτικών απασχόλησης.

Η υιοθέτηση του κοινωνικού μοντέλου της αναπηρίας απαιτείται να οδηγήσει σε σημαντικές αλλαγές στην προοπτική της απασχόλησης και της αναπηρίας σε πολιτικό επίπεδο. Σύμφωνα με τον καθηγητή Colin Barnes (2008), εάν οι κυβερνήσεις είναι αποφασισμένες να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα των ατόμων με αναπηρίες στην απασχόληση, πρέπει να δημιουργήσουν πολιτικές που υιοθετούν μια πιο ολιστική προσέγγιση που θα ενισχυθεί και θα εφαρμοστεί με αποφασιστικότητα. Σύμφωνα με τον Barnes, η άρση των εμποδίων στην απασχόληση είναι δυνατή μόνο μέσω πολιτικών ανάπτυξης και υιοθέτησης με σαφή εστίαση στη ζήτηση εργασίας (κοινωνική οργάνωση της εργασίας) και στις οικονομικές και κοινωνικές δομές που την υποστηρίζουν. Σε αυτά περιλαμβάνονται τα εκπαιδευτικά συστήματα, οι υπηρεσίες υγείας και κοινωνικής στήριξης, τα

συστήματα μεταφορών και οι υπηρεσίες στέγασης και αναψυχής. Όλα τα παραπάνω είναι προσαρμοσμένα στις ανάγκες των ατόμων χωρίς αναπηρία, intensifying the difficulties faced by disabled people in the labor market.

Επιπλέον, ο Roulstone (2004) υποστηρίζει ότι οι υπηρεσίες πρέπει να διασφαλίζουν τους χρήστες και τους οργανισμούς τους, σε οποιαδήποτε διαδικασία αξιολόγησης και καθορισμού στόχων. Επιπλέον, καθώς το κοινωνικό μοντέλο παρέχει έναν νέο τρόπο θεώρησης της αναπηρίας, υπάρχουν σημαντικοί τρόποι που ισχύουν για θέματα απασχόλησης και αναπηρίας:

- Μια νέα θεώρηση της αναπηρίας στην έρευνα, την πολιτική και τη χάραξη πολιτικής
- Εφαρμογή του κοινωνικού μοντέλου και ανεξάρτητη διαβίωση στον τομέα της απασχόλησης
- Ενίσχυση των ευκαιριών απασχόλησης

Επιπλέον, η «Παγκόσμια έκθεση του ΠΟΥ για την αναπηρία» του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (2011) θεωρεί ότι υπάρχουν πολλά εμπόδια που αντιμετωπίζουν τα άτομα με αναπηρία, αλλά, με τη συμμετοχή διαφόρων τομέων (εκπαίδευση, υγεία, κοινωνική προστασία, εργασία, μεταφορές, στέγαση) και διαφόρων ενδιαφερόμενων μερών (κυβερνήσεις, επαγγελματίες, ιδιωτικός τομέας, οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών, άτομα με αναπηρία και οι οικογένειές τους, ευρύ κοινό, μέσα μαζικής ενημέρωσης) αυτά μπορούν να εξαλειφθούν.

Οι συστάσεις του ΠΟΥ περιλαμβάνουν:

1. Πρόσβαση σε όλα τα συμβατικά συστήματα και υπηρεσίες (ενσωμάτωση)

Η έννοια της ενσωμάτωσης (mainstreaming) αναφέρεται στη διαδικασία άρσης των εμποδίων που αντιμετωπίζουν τα άτομα με

αναπηρίες σε όλα τα επίπεδα. Αυτά περιλαμβάνουν αλλαγές στις πολιτικές, τα περιβάλλοντα, τη νομοθεσία, τα πρότυπα, τις στρατηγικές και τα σχέδια. Η έννοια του mainstreaming όχι μόνο διασφαλίζει τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων των ατόμων με αναπηρία, αλλά μπορεί επίσης να αποδειχθεί επωφελής όσον αφορά τη μείωση του κόστους.

2. Επενδύσεις σε ειδικά προγράμματα και υπηρεσίες για άτομα με αναπηρία

Εκτός από το mainstreaming, υπάρχει ανάγκη για ειδικές υπηρεσίες, όπως υπηρεσίες αποκατάστασης, κατάρτισης ή υποστήριξης, τεχνολογικές εφαρμογές, υπηρεσίες ανεξάρτητης και αυτόνομης διαβίωσης.

3. Έγκριση εθνικής στρατηγικής για την αναπηρία και σχεδίου δράσης

Κάθε εθνική στρατηγική πρέπει να έχει ως στόχο τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των ατόμων με αναπηρία. Οι στρατηγικές και τα σχέδια δράσης θα πρέπει να συμβαδίζουν με την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης κάθε χώρας, λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως οι ανάγκες παροχής υπηρεσιών, η κοινωνική και πολιτική κατάσταση, η αποτελεσματικότητα των υφιστάμενων υπηρεσιών και τα αναδυόμενα κενά, καθώς και οι περιβαλλοντικοί και κοινωνικοί φραγμοί.

4. Συμμετοχή των ατόμων με αναπηρίες

Τα άτομα με αναπηρία πρέπει να έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν οι ίδιοι στη λήψη αποφάσεων, καθώς γνωρίζουν τις συνθήκες διαβίωσης και τις ανάγκες τους καλύτερα από οποιονδήποτε άλλο. Τα άτομα με αναπηρία απαιτείται να έχουν τον έλεγχο και τις επιλογές στη ζωή τους και για όσους εμπλέκονται απαιτείται να γνωμοδοτούν για αποφάσεις που τα επηρεάζουν.

5. Βελτίωση της ικανότητας του ανθρώπινου δυναμικού.

Οι δεξιότητες ανθρώπινου δυναμικού μπορούν να αποδειχθούν ανεκτίμητες σε οποιονδήποτε τομέα. Το προσωπικό θα πρέπει να εκπαιδεύεται σε θέματα αρχών ανθρωπίνων δικαιωμάτων και αναπηρίας.

6. Παροχή επαρκούς χρηματοδότησης

Απαιτείται επαρκής και βιώσιμη χρηματοδότηση των δημόσιων υπηρεσιών για τη διασφάλιση της παροχής υπηρεσιών καλής ποιότητας σε όλους τους δικαιούχους.

Οι δημόσιες υπηρεσίες και τα σχέδια δράσης για την αναπηρία πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τη βιωσιμότητα των μέτρων. Επιπλέον, όλες οι υπηρεσίες σε κάθε τομέα (ιδιωτικό, δημόσιο, μη κερδοσκοπικό) μπορούν να συμμετέχουν για τη διασφάλιση της παροχής υπηρεσιών καλύτερης ποιότητας. Τέλος, τα άτομα με αναπηρία επιβαρύνονται με επιπλέον κόστος ζωής λόγω της αναπηρίας τους, απαιτούνται αυξημένες παροχές υγείας και ασφαλιστική κάλυψη.

7. Αύξηση της πληροφόρησης και της γνώσης του γενικού πληθυσμού

Η αύξηση της ευαισθητοποίησης και της γνώσης του γενικού πληθυσμού είναι ζωτικής σημασίας για την καταπολέμηση του στίγματος και των στερεοτύπων που συνδέονται με την αναπηρία. Προκειμένου να επιτευχθεί η κοινωνική ένταξη, είναι σημαντικό να αυξηθεί ο αμοιβαίος σεβασμός και η γνώση προς τα άτομα με αναπηρία.

8. Βελτίωση της συλλογής δεδομένων για άτομα με αναπηρίες

Είναι ζωτικής σημασίας να έχουμε λεπτομερή και ακριβή δεδομένα σχετικά με τα άτομα με αναπηρίες και τις συνθήκες διαβίωσής τους. Τα δεδομένα αυτά μπορεί να είναι ιδιαίτερα χρήσιμα για τον σχεδιασμό, την

παρακολούθηση, την εφαρμογή και τη σύγκριση της αναπηρίας policies σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Εξειδικευμένες έρευνες μπορούν να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την ανάγκη για νέες υπηρεσίες, το επίπεδο διαβίωσης κ.λπ.

9. Ενίσχυση και υποστήριξη της έρευνας σχετικά με την αναπηρία

Η έρευνα είναι ένα σημαντικό εργαλείο για την κατανόηση των θεμάτων αναπηρίας. Ως εκ τούτου, η υλοποίηση ερευνητικών έργων σχετίζεται με διάφορες πτυχές της αναπηρίας και τις επιπτώσεις τους στην καθημερινή ζωή.

Συμπερασματικά, αν και υπάρχουν σημαντικά εμπόδια και ιδιαιτερότητες στην εφαρμογή των πολιτικών απασχόλησης, ένα πράγμα πρέπει να θεωρείται δεδομένο: τα άτομα με αναπηρίες είναι δημιουργικά, μπορούν να συνεισφέρουν στην κοινωνία, να αποκτήσουν ενεργό ρόλο και επαγγελματική ταυτότητα.

- Achterberg T. J. Wind H., A. G. E. M. de Boer & M. H. W. Frings-Dresen (2009). Factors that Promote or Hinder Young Disabled People in Work Participation: A Systematic Review. *Journal of Occupational Rehabilitation*. 19: 129–141
- Areheart, B.A.; Stein, M.A. (2015) The Disability-Employability Divide: Bottlenecks to Equal Opportunity. *Mich. Law Rev.* 113: 877–896
- Ardore, V. (2013) Lavoro Temporaneo tra Percezioni di Precarietà e Flessibilità in Tempo di Crisi. Master's Thesis, University of Milano-Bicocca, Milan, Italy
- Barnes, C. (2008). Disability, the organization of work, and the need for change. (Statement was presented to the Organisation for Economic Cooperation and Development Conference 'Transforming Disability Into Ability', March 17th 2008). Available at <http://disabilitystudies.leeds.ac.uk/library/>
- Bassi, M.; DelleFave, (2007) A. L'esperienza della disabilità: Selezione psicologica e promozione del benessere. *Psicologia Della Salute* 1: 33–48
- Chabot, L. (2013). Institutional barriers to employment for individuals with disabilities. Schmidt Labor Research Center Seminar Series 3. Available at: http://web.uri.edu/lrc/files/Chabot_Employment_Barriers.pdf
- European Union. Union of Equality: Strategy for the Rights of Persons with Disabilities 2021-2030, [Union of Equality: Strategy for the Rights of Persons with Disabilities 2021-2030](#)
- Gender Equality and Diversity Branch (GED), Employment and Labour Market Policies Branch (EMPLAB) & Menze, J. (2015). Inclusion of people with disabilities in national employment policies. Geneva: International Labour Organization

- Greek National Confederation of Persons with Disabilities (2005) reference text entitled "Accessibility. The key to eliminating discrimination ", Athens
- International Labour Organization (2015). Inclusion of people with disabilities in national employment policies. Gender, Equality and Diversity Branch (GED) / Employment and Labour Market Policies Branch (EMPLAB). Available at http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/ifp_skills/documents/publication/wcms_407646.pdf
- Kulkarni, M.; Gopakumar, K.V. (2014) Career management strategies of people with disabilities. Hum. Resour. Manag. 53: 445–466
- Lindsay, S.; Adams, T.; McDougall, C.; Sanford, R. Skill (2012) development in an employment-training program for adolescents with disabilities. Disabil. Rehabil. 34: 228–237
- OPM & Ipsos MORI (2014). Removing barriers, raising disabled people's living standards
- Roulstone, A. (2004). Disability, Employment and the Social Model. In Barnes, C. & Mercer, G. (eds.). 2004: Disability Policy and Practice: Applying the Social Model. Leeds: The Disability Press, pp. 18-34
- Smith, P.; Routel, C. (2010) Transition failure: The cultural bias of self-determination and the journey to adulthood for people with disabilities. Disabil. Stud. Q. 30: 175–182
- Telwatte, A.; Anglim, J.; Wynton, S.K.; Moulding, R. (2017) Workplace Accommodations for Employees with Disabilities: A Multilevel Model of Employer Decision-Making. Rehab. Psychol. 62: 7–19
- Vlachou, A.; Papananou, I. (2018) Experiences and Perspectives of Greek Higher Education Students with Disabilities. Educ. Res. 60: 206–221
- United Nations. Convention on the Rights of Person with

- World Health Organization (2011). Summary: World Report on Disability. Geneva: W.H.O.

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ

Σύνδεσμος Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης Ατόμων με Αναπηρία (Ελλάδα): Ο Σύλλογός μας θέλει να δώσει τη δυνατότητα στα μέλη μας να ασχοληθούν και σε πολλούς τομείς. Το ίδρυμα διοργανώνει μαθήματα σε συνεργασία με άλλα ιδρύματα, όπως μαθήματα ηλεκτρονικών υπολογιστών, λογιστικής, γλώσσας κ.λπ. Από την άλλη πλευρά, στόχος του συλλόγου μας μέσα από τις δράσεις μας είναι να δώσουμε τη δυνατότητα στο εκπαιδευτικό μας προσωπικό (κοινωνιολόγους, καθηγητές κ.λπ.) να αποκτήσει εμπειρία και γνώση για τη σωστή παιδαγωγική πρακτική που αφορά τα άτομα με ειδικές ανάγκες και την επαγγελματική κατάρτιση. Όλοι οι μαθητές είναι άτομα με ειδικές ανάγκες. Επιπλέον, στοχεύουμε μέσω των δραστηριοτήτων μας να παρέχουμε στα άτομα με αναπηρία δεξιότητες, ώστε να διασφαλίσουμε την απασχόληση. Δυστυχώς το επίπεδο ανεργίας των ΑΜΕΑ στην Καβάλα είναι πολύ υψηλό όχι μόνο λόγω της έλλειψης δεξιοτήτων από την πλευρά των ατόμων με αναπηρία αλλά και επειδή οι εργαζόμενοι δεν χρησιμοποιούνται για να δώσουν την ευκαιρία σε άτομα με αναπηρία να εργαστούν. Πιστεύουν ότι δεν θα καταφέρουν να εκπληρώσουν τις προσδοκίες τους. Η συνεργασία με διαφορετικούς οργανισμούς θα εμπλουτίσει τις γνώσεις και την εμπειρία τους αφού θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν νέους ανθρώπους με διαφορετικές ιδέες και κουλτούρες.

Ο Σύλλογος ιδρύθηκε από μέλη που ήταν κυρίως ανάπηρα και οικογένειες με σκοπό να προσφέρει απασχόληση, εκπαίδευση και επαγγελματική αποκατάσταση σε άτομα με αναπηρία. Η δημιουργία του συλλόγου ήταν ένα μέσο για τη βελτίωση της καθημερινότητας των ατόμων με αναπηρία και επιπλέον για την δίνουν συλλογικό χαρακτήρα στα αιτήματα των μελών.

Ο σύλλογος υποστηρίζει την απενεργοποίηση προσφέροντας:

- Συμβουλευτική και Ψυχολογική Υποστήριξη στους εκπαιδευόμενους και τις οικογένειές τους
- Προγράμματα Κοινωνικοποίησης και Εκπαιδευτικής Κυκλοφορίας
- Παιδαγωγικά προγράμματα
- Μαθήματα πληροφορικής και λογιστικής
- Προγράμματα Εγχώριας Οικονομίας
- Προγράμματα γυμναστικής και στίβου
- Ψυχαγωγία και Δημιουργική Απασχόληση

Ο σύλλογος ήρθε να καλύψει ένα κενό στην πόλη της Καβάλας. Έχουμε φωνή και παρουσία, ελπίδα και προοπτική. Για το λόγο αυτό, η αποδοχή αυτής της προσπάθειας από την τοπική κοινωνία είναι θετική και ενθαρρυντική!

Τα μέλη και το προσωπικό της ένωσής μας είναι επαγγελματίες εκπαιδευτές ενηλίκων ή ειδικοί σε τομείς που σχετίζονται με τον τομέα της εκπαίδευσης ενηλίκων. Όλοι τους, που εμπλέκονται στην υλοποίηση εκπαιδευτικών ή ερευνητικών προγραμμάτων και έχουν μεγάλη εμπειρία σε αυτόν τον τομέα.

Ο Σύλλογός μας έχει υλοποιήσει έργα χρηματοδοτούμενα από την ΕΕ και το προσωπικό μας είναι πολύ έμπειρο και έχει πλήρη γνώση των κανόνων, της οικονομικής διαχείρισης κ.α. για την υλοποίηση ενός έργου.

Όλο το προσωπικό μας αποτελείται από πολύ καταρτισμένους ανθρώπους, μιλούν άπταιστα αγγλικά, έχουν καλές δεξιότητες ΤΠΕ και είναι πολύ καλοί στη χρήση μη τυπικών education tools.

Πίσω από το προσωπικό μας υπάρχουν πολλοί συνεργάτες από

διάφορους τομείς, επιλεγμένοι για να καλύψουν τις ανάγκες που σχετίζονται με την υλοποίηση ενός συγκεκριμένου έργου και την ανάπτυξη διαφορετικών δραστηριοτήτων.

Με την ένταξη αυτής της ομάδας ο σύλλογός μας έδειξε μεγάλο ενδιαφέρον για την υλοποίηση του έργου και εξασφάλισε την επιτυχή υλοποίησή του.

Η ένταξή μας στο έργο θα είναι σημαντική γιατί θα καταφέρει να φέρει τον απαραίτητο επαγγελματισμό. Μέσω της ένταξής μας επιδιώκουμε να βελτιώσουμε την ποιότητα του έργου και να επιτύχουμε τα μέγιστα αποτελέσματα από το έργο.



6. Ηθική επικοινωνία βιώσιμων στόχων στον τουριστικό τομέα

ΗΘΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΒΙΩΣΙΜΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς των τελευταίων δεκαετιών και θεωρείται ο κύριος συμμετέχων στη δημιουργία θέσεων εργασίας, την οικονομική ανάπτυξη, την προστασία του περιβάλλοντος και την καταπολέμηση της φτώχειας. Ασφαλώς, ο καλά σχεδιασμένος και επιτυχημένος τουρισμός μπορεί να συμβάλει στη διατήρηση της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς από την οποία εξαρτάται, να στηρίζει τις κοινότητες υποδοχής, να δημιουργήσει εμπορικές ευκαιρίες και να ενθαρρύνει την ειρήνη και τη διαπολιτισμική κατανόηση.

Ωστόσο, ο αυξανόμενος αριθμός ατόμων που ταξιδεύουν διεθνώς και σε εθνικό επίπεδο κάθε χρόνο προκαλεί επίσης πιέσεις όσον αφορά τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου, τις οικονομικές απώλειες, τη διαχείριση των πόρων και τον αντίκτυπο στις τοπικές κοινότητες και την πολιτιστική κληρονομιά. Ως εκ τούτου, η θετική συμβολή του τουρισμού στη βιώσιμη ανάπτυξη και τον μετριασμό των αρνητικών επιπτώσεων του τομέα απαιτεί αποφασιστική δράση από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.

Στην πραγματικότητα, ο τουρισμός μπορεί και πρέπει να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο, παρέχοντας βιώσιμες λύσεις για τους ανθρώπους και τον πλανήτη. Επιβεβαιώνοντας αυτό το καθήκον της δημιουργίας ευημερίας, της βελτίωσης των μέσων διαβίωσης και της διατήρησης του περιβάλλοντος, ο τομέας θεωρείται πλέον θεμελιώδης για τη βιώσιμη ανάπτυξη των χωρών.

2. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΕΝΑΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η παγκόσμια τουριστική οικονομία επεκτείνεται σταθερά τις τελευταίες έξι δεκαετίες, αναλαμβάνοντας βασικό ρόλο στη δημιουργία θέσεων εργασίας, συμβάλλοντας στις εξαγωγές υπηρεσιών και προστιθέμενη αξία. Κατά μέσο όρο για τις χώρες του ΟΟΣΑ, ο τουρισμός συνεισφέρει άμεσα στο 4,4% του ΑΕΠ, στο 6,9% της απασχόλησης και στο 21,5% των εξαγωγών που σχετίζονται με τις υπηρεσίες.

Αυτή η ανάπτυξη στο δεύτερο μισό του εικοστού αιώνα και στον εικοστό πρώτο αιώνα οφείλεται στο γεγονός ότι η πρόσβαση στον τουρισμό έχει σταδιακά επεκταθεί χάρη στην αναγνώριση του δικαιώματος στις διακοπές στην Οικουμενική Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, την υιοθέτηση των εργασιακών δικαιωμάτων σε πολλές χώρες και την ανάπτυξη της μεσαίας τάξης παγκοσμίως.

Επιπλέον, τις τελευταίες δεκαετίες η εφαρμογή νέων τεχνολογιών στον κλάδο και η μείωση των τιμών των μεταφορών, ιδιαίτερα των αεροπλάνων, έχουν ευνοήσει την αύξηση των διεθνών ταξιδιών.

2.1 Διεθνής τουρισμός πριν και μετά την πανδημία

Κατά την προ πανδημίας περίοδο, χάρη σε μια σχετικά ισχυρή παγκόσμια οικονομία, μια αυξανόμενη μεσαία τάξη στις αναδυόμενες οικονομίες, τις τεχνολογικές καινοτομίες, το προσιτό κόστος ταξιδιού και τη διευκόλυνση των θεωρήσεων, ο διεθνής τουρισμός σημείωσε ανάπτυξη 5% το 2018, φθάνοντας το ορόσημο των 1,4 δισεκατομμυρίων τουριστών.

Ταυτόχρονα, τα έσοδα από εξαγωγές που δημιουργήθηκαν από τον τουρισμό το 2018 αυξήθηκαν σε 1,7 τρισεκατομμύρια δολάρια, καθιστώντας τον τομέα μια πραγματικά παγκόσμια δύναμη για οικονομική μεγέθυνση και ανάπτυξη, προωθώντας τη δημιουργία νέων και καλύτερων τρόπων για ταξίδια. να εργαστούν και να λειτουργήσουν ως καταλύτης για την καινοτομία, διαδραματίζοντας ζωτικό ρόλο στη βελτίωση της ζωής ολόκληρων κοινοτήτων.

Ωστόσο, ο COVID-19 έχει προκαλέσει οικονομικές κρίσεις σε όλο τον κόσμο και ο τουριστικός τομέας έχει υποστεί σοβαρές ζημιές. Η τουριστική βιομηχανία έχει πληγεί από τις συνολικές ταξιδιωτικές απαγορεύσεις, τους αυστηρούς περιορισμούς, τα lockdown και τους νέους κανονισμούς υγείας και ασφάλειας με στόχο την πρόληψη της εξάπλωσης του νέου κορωνοϊού και τη διαχείριση της πανδημικής κρίσης. Μελέτες δείχνουν επίσης τον αντίκτυπο της αντίληψης κινδύνου στην ταξιδιωτική συμπεριφορά και τις τουριστικές αποφάσεις κατά τη διάρκεια και μετά την πανδημία COVID-19.



Visual: UNWTO, Διεθνείς αφίξεις τουριστών, <https://www.unwto.org/>

Ο τουρισμός δεν αναμένεται να ανακάμψει πριν από το 2023. Ο διεθνής τουρισμός μειώθηκε κατά 74%, τα αεροπορικά ταξίδια κατά 60%

και, ως εκ τούτου, το CO₂ μειώθηκε επίσης κατά 6% το 2020. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις καταλυμάτων και ταξιδιωτικών γραφείων σημείωσαν πτώση του κύκλου εργασιών κατά 9,3% και της απασχόλησης στον τομέα των καταλυμάτων μειώθηκε κατά 21,5%. Ενώ ο διεθνής τουρισμός έχει μειωθεί κατά περίπου 80%, ο εγχώριος τουρισμός έχει βοηθήσει στην άμβλυνση του προβλήματος.

Τα πρώτα στοιχεία του 2022 από το Παγκόσμιο Βαρόμετρο Τουρισμού του ΠΟΤ δείχνουν ότι η αύξηση των ποσοστών εμβολιασμού, σε συνδυασμό με τη χαλάρωση των ταξιδιωτικών περιορισμών, συνέβαλε στη μέτρια ανάκαμψη του διεθνούς τουρισμού το δεύτερο εξάμηνο του 2021, με μείωση 62% των διεθνών αφίξεων τόσο το τρίτο όσο και το τέταρτο τρίμηνο σε σύγκριση με τα προ πανδημίας επίπεδα.

Ωστόσο, ο ρυθμός ανάκαμψης παραμένει αργός και άνισος μεταξύ των περιοχών του κόσμου, λόγω των διαφορετικών βαθμών περιορισμού της κινητικότητας, των ποσοστών εμβολιασμού και της εμπιστοσύνης των ταξιδιωτών. Η Ευρώπη και η Αμερική είχαν καλύτερες επιδόσεις το 2021 από ό,τι το 2020 (+ 19% και +17% αντίστοιχα), αλλά και οι δύο εξακολουθούν να είναι κάτω από τα προ πανδημίας επίπεδα του 63%.

Ανά υπο-περιοχή, η Καραϊβική κατέγραψε την καλύτερη επίδοση (+ 63% σε σύγκριση με το 2020, αν και 37% κάτω από το 2019), με ορισμένους προορισμούς να πλησιάζουν ή να υπερβαίνουν τα προ πανδημίας επίπεδα. Η Νότια Μεσογειακή Ευρώπη (+ 57%) και η Κεντρική Αμερική (+ 54%) κατέγραψαν επίσης σημαντική ανάκαμψη, αλλά παραμένουν αντίστοιχα στο 54% και 56% σε σύγκριση με τα επίπεδα του 2019. Η Βόρεια Αμερική (+17 %) και η Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη (+ 18 %) υπερέβησαν τα επίπεδα του 2020.

Εν τω μεταξύ, η Αφρική κατέγραψε αύξηση 12% στις αφίξεις το 2021 σε σύγκριση με το 2020, αν και εξακολουθεί να είναι 74% χαμηλότερη από ό,τι το 2019. Στη Μέση Ανατολή, οι αφίξεις μειώθηκαν κατά 24% σε σύγκριση με το 2020 και 79% σε σύγκριση με το 2019. Στην Ασία και τον Ειρηνικό, οι αφίξεις εξακολουθούσαν να είναι 65% κάτω από τα επίπεδα του 2020 και 94% κάτω από τις τιμές πριν από την πανδημία, καθώς πολλοί

προορισμοί παρέμειναν κλειστοί για μη απαραίτητα ταξίδια.

3. ΒΙΩΣΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Συχνά ο βιώσιμος τουρισμός θεωρείται ως ένας τύπος από μόνος του, ο οποίος επηρεάζει μόνο μια θέση καταναλωτών, ιδίως εκείνων που είναι ευαίσθητοι στις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις και ο οποίος, σε σύγκριση με τον μαζικό τουρισμό, θεωρείται λιγότερο επιτυχημένος.

Ωστόσο, είναι σημαντικό να διευκρινιστεί ότι ο όρος «βιώσιμος τουρισμός» υποδηλώνει τον τουρισμό που βασίζεται στις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης, δηλαδή «μια διαδικασία που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες», όπως ορίζεται από την Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη (1987). Ο θεμελιώδης στόχος, επομένως, είναι να καταστούν βιώσιμες όλες οι μορφές τουρισμού.

Η αειφόρος ανάπτυξη βασίζεται στη συνειδητή χρήση των πόρων του πλανήτη. Από τον πρώτο ορισμό το 1987, η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης έχει εξελιχθεί, περιλαμβάνοντας πλέον τους τρεις πυλώνες της που αναγνωρίζονται ως:

Οικονομική βιωσιμότητα ή δυνατότητα δημιουργίας ευημερίας σε διάφορα επίπεδα της κοινωνίας και αντιμετώπισης της οικονομικής αποδοτικότητας όλων των οικονομικών δραστηριοτήτων.

Κοινωνική βιωσιμότητα, δηλαδή σεβασμός των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και ίσες ευκαιρίες για όλους στην κοινωνία. Ως εκ τούτου, απαιτεί δίκαιη κατανομή των παροχών, με ιδιαίτερη προσοχή στην καταπολέμηση της φτώχειας. Έμφαση δίνεται στις τοπικές κοινωνίες, με στόχο τη διατήρηση και ενίσχυση των συστημάτων υποστήριξης της ζωής τους, την αναγνώριση και το σεβασμό των διαφορετικών πολιτισμών και την αποφυγή κάθε μορφής εκμετάλλευσης.

Περιβαλλοντική βιωσιμότητα, δηλαδή διατήρηση και διαχείριση των

πόρων, ιδίως εκείνων που δεν είναι ανανεώσιμοι ή απαραίτητοι για τη ζωή. Ως εκ τούτου, απαιτεί δράση με στόχο τη μείωση της ρύπανσης του αέρα, του εδάφους και των υδάτων και τη διατήρηση της βιοποικιλότητας και της φυσικής κληρονομιάς.

Η βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη μπορεί να επιτευχθεί μέσω του τουρισμού με την προστασία του περιβάλλοντος, τη διατήρηση των φυσικών πόρων, τη δημιουργία θέσεων εργασίας, την ενίσχυση της πολιτιστικής πολυμορφίας και την αναγνώριση των αξιών της πολιτιστικής κληρονομιάς. Η έννοια της βιωσιμότητας του τουρισμού αναπτύσσεται σταδιακά παγκοσμίως και γίνεται κυρίαρχη πτυχή στις σύγχρονες επιχειρήσεις, καθώς οι εταιρείες πρέπει να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των ενδιαφερόμενων μερών για περιβαλλοντική διαχείριση.

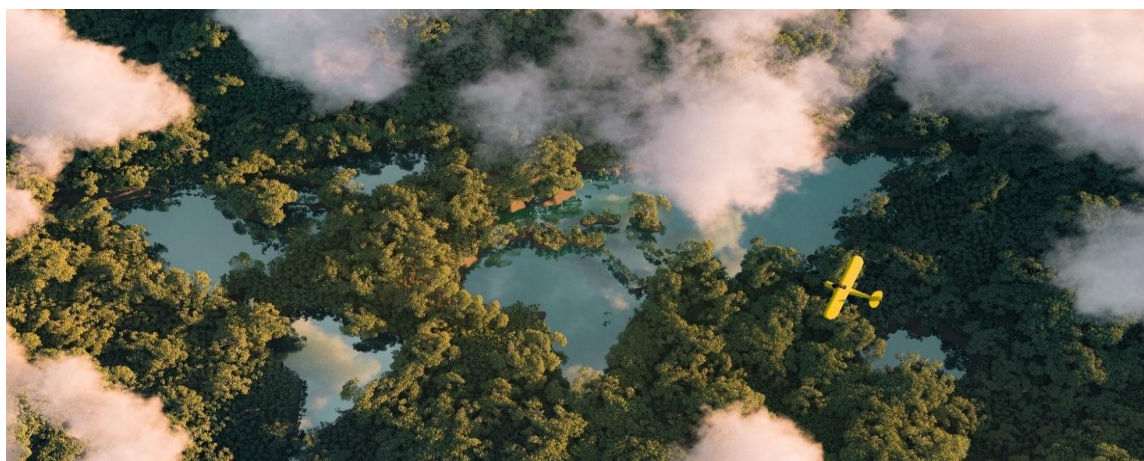
Αυτή η στενή και άμεση σχέση μεταξύ της αειφόρου ανάπτυξης και του τουρισμού δημιουργεί μια ευαίσθητη κατάσταση, στην οποία ο τελευταίος μπορεί να είναι πολύ επιβλαβής αλλά και πολύ θετικός για τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Πράγματι, ο βιώσιμος τουρισμός μπορεί:

- Παροχή μιας αυξανόμενης **πηγής** ευκαιριών για **επιχειρηματική** **ανάπτυξη** και δημιουργία θέσεων εργασίας, καθώς και τόνωση των **επενδύσεων** και **στήριξη** των **τοπικών υπηρεσιών**, ακόμη και στις **πιο απομακρυσμένες κοινότητες**;
- Να **προσδώσει απτή** οικονομική αξία στους φυσικούς και **πολιτιστικούς πόρους**, η **οποία μπορεί να μεταφραστεί** σε άμεσο εισόδημα **από τις δαπάνες των επισκεπτών** για τη διατήρησή τους και σε αύξηση της στήριξης της διατήρησης **από τις τοπικές κοινότητες**;
- Προώθηση της **διαπολιτισμικής** κατανόησης και της ειρήνης.

Παράλληλα με τις θετικές επιπτώσεις στην οικονομία και την κοινωνία, ο τουρισμός ενέχει επίσης κινδύνους για τη βιώσιμη ανάπτυξη: οι θέσεις

εργασίας που δημιουργούνται από τον τουρισμό είναι συχνά εποχιακές και κακοπληρωμένες, καθώς και ευαίσθητες σε πραγματικές ή αντιληπτές αλλαγές στις περιβαλλοντικές και κοινωνικές συνθήκες των προορισμών; οι επιπτώσεις στην κοινότητα υποδοχής δεν είναι πάντα θετικές· τέλος, η τουριστική ζήτηση εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από ένα υγιές φυσικό περιβάλλον και το περιβαλλοντικό του αποτύπωμα είναι συχνά ανησυχητικό. Στην πραγματικότητα, ο τουρισμός μπορεί να ασκήσει άμεση πίεση στα ευαίσθητα οικοσυστήματα (προκαλώντας την υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος και την καταστροφή της άγριας ζωής) και στις κοινότητες υποδοχής (οδηγώντας στην αποδιάρθρωση των παραδοσιακών κοινωνιών). Επιπλέον, μπορεί να δημιουργήσει πραγματικό ανταγωνισμό όσον αφορά τη χρήση των πόρων ενός προορισμού, ιδίως της γης και των υδάτων, καθώς και να συμβάλει



σημαντικά στην τοπική και παγκόσμια ρύπανση.

Ως εκ τούτου, ο βιώσιμος τουρισμός θα πρέπει να κάνει βέλτιστη χρήση των περιβαλλοντικών πόρων που αποτελούν βασικό στοιχείο της τουριστικής ανάπτυξης, διατηρώντας βασικές οικολογικές διαδικασίες και συμβάλλοντας στη διατήρηση των φυσικών πόρων και της βιοποικιλότητας. Είναι επίσης σημαντικό να γίνεται σεβαστή η κοινωνικο-πολιτισμική αυθεντικότητα των κοινοτήτων υποδοχής, να διαφυλάσσεται η δομημένη και ζωντανή πολιτιστική κληρονομιά και οι παραδοσιακές αξίες τους και να συμβάλλουν στη διαπολιτισμική κατανόηση και ανοχή. Τέλος, ο βιώσιμος τουρισμός πρέπει να διασφαλίζει κερδοφόρες και μακροπρόθεσμες οικονομικές δραστηριότητες, παρέχοντας κοινωνικοοικονομικά οφέλη σε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη που

κατανέμονται ισότιμα, συμπεριλαμβανομένης της σταθερής απασχόλησης και των ευκαιριών σταθερού εισοδήματος και των κοινωνικών υπηρεσιών για τις κοινότητες υποδοχής, οι οποίες μπορούν να συμβάλουν στη μείωση της φτώχειας.

Για τον λόγο αυτό, η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη απαιτεί ενημερωμένη συμμετοχή από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, καθώς και ισχυρή πολιτική ηγεσία για τη διασφάλιση ευρείας συμμετοχής και την οικοδόμηση συναίνεσης. Η επίτευξη βιώσιμου τουρισμού είναι μια συνεχής διαδικασία και απαιτεί συνεχή παρακολούθηση των επιπτώσεων, εισάγοντας τα απαραίτητα προληπτικά ή / και διορθωτικά μέτρα όταν είναι απαραίτητο.

3.1 Οι διάφορες μορφές βιώσιμου τουρισμού

Με απλά λόγια, ο βιώσιμος τουρισμός μπορεί να οριστεί ως:

Τουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπόψη τις τρέχουσες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του, ανταποκρινόμενος στις ανάγκες των επισκεπτών, στις οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις, ανταποκρινόμενος στις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής.

Συνεπώς, για να καταστεί ο τουρισμός πιο βιώσιμος σημαίνει να λαμβάνονται υπόψη αυτές οι επιπτώσεις και ανάγκες κατά τον σχεδιασμό, την ανάπτυξη και τη λειτουργία του. Πρόκειται για μια συνεχή διαδικασία βελτίωσης, η οποία εφαρμόζεται επίσης στον τουρισμό σε πόλεις, θέρετρα διακοπών, αγροτικές και παράκτιες περιοχές, βουνά και προστατευόμενες κοινότητες, και η οποία μπορεί να εφαρμοστεί σε όλες τις μορφές τουρισμού.



Με την πάροδο του χρόνου, το φαινόμενο έχει εμπλουτιστεί με πολλές παραλλαγές, πρώτα απ' όλα τον οικο-τουρισμό, ο οποίος επικεντρώνεται

στην προστασία των φυσικών και αγροτικών περιοχών και έχει μεταξύ των στόχων του τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της περιοχής και την εκπαίδευση σχετικά με την οικολογική διάσταση.

Στη συνέχεια βρίσκουμε τον γεωτουρισμό που ορίζεται από την Εθνική Γεωγραφική Εταιρεία ως μια μορφή τουρισμού που «υποστηρίζει ή τονίζει τον γεωγραφικό χαρακτήρα του τόπου που επισκέπτεται - το περιβάλλον του, την κληρονομιά του, την αισθητική του, τον πολιτισμό του και την ευημερία των κατοίκων του», γεγονός που ενισχύει την ιστορία, τις πολιτιστικές ρίζες, τις παραδόσεις του.

Από την άλλη, ο τουρισμός υπέρ των φτωχών, που προωθείται από την πρωτοβουλία του ΠΟΤ για τον βιώσιμο τουρισμό και την εξάλειψη της φτώχειας, αποσκοπεί στη μείωση της φτώχειας μέσω της στήριξης ορισμένων έργων βιώσιμου τουρισμού σε κοινωνικό, οικονομικό και οικολογικό επίπεδο, τα οποία περιλαμβάνουν δραστηριότητες που αποσκοπούν στην ανακούφιση της φτώχειας, στην προώθηση της ανάπτυξης και της δημιουργίας θέσεων εργασίας για άτομα που ζουν με λιγότερο από ένα δολάριο την ημέρα.

Ο κοινοτικός τουρισμός, μια ακόμη απόκλιση του τομέα, συνδυάζει τους στόχους της ισόρροπης ανάπτυξης με μια βαθιά ευαισθησία σε οικολογικά ζητήματα: η έννοια της αειφόρου ανάπτυξης εφαρμόζεται στην πραγματικότητα για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων, τη διατήρηση του φυσικού τοπίου, την παροχή υψηλής ποιότητας εμπειρίας στους τουρίστες και τη βελτιστοποίηση των τοπικών οικονομικών οφελών.

Τέλος, ο πολιτιστικός τουρισμός επικεντρώνεται ουσιαστικά στη γνώση και την προστασία της φυσικής (βλάστησης, άγριας ζωής, υδρολογικής κ.λπ.) και πολιτιστικής (τελετουργίες, χειροτεχνίες, μουσική, ιστορικά, ακίνητα και κινητά αγαθά) κληρονομιάς.

Μια κοινή απαίτηση για τις διάφορες μορφές βιώσιμου τουρισμού είναι επομένως η ικανότητά του να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των τουριστών και των προορισμών, παρέχοντας ευκαιρίες για μελλοντική

ανάπτυξη σε περιβαλλοντικό, κοινωνικό, οικονομικό και πολιτιστικό επίπεδο.

3.2 Η πορεία προς τον βιώσιμο τουρισμό

Από τη δεκαετία του 1980, έχουν λάβει χώρα διάφορες διεθνείς πρωτοβουλίες που έχουν θέσει ως στόχο την προώθηση ενός πιο βιώσιμου τουρισμού.

Ο Ευρωπαϊκός Χάρτης για τον Βιώσιμο Τουρισμό είναι το πρώτο επίσημο έγγραφο από αυτή την άποψη. Η έκθεση αυτή, που υπογράφηκε στην Παγκόσμια Διάσκεψη για τον Τουρισμό το 1995, περιλαμβάνει επίσημο αίτημα προς τις κυβερνήσεις, οι οποίες καλούνται να καταρτίσουν σχέδια βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Επιπλέον, ο Χάρτης περιλαμβάνει ένα σχέδιο δράσης που αποτελείται από μια σειρά συγκεκριμένων γραμμών με στόχο την προώθηση μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής για την αειφόρο ανάπτυξη.

Η διασφάλιση ότι ο τουρισμός μειώνει τις αρνητικές επιπτώσεις του και αυξάνει τις θετικές στην περιβαλλοντική και κοινωνικοοικονομική διάσταση της βιωσιμότητας είναι επίσης ο στόχος του βιώσιμου τουρισμού που προωθείται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ), έναν εξειδικευμένο οργανισμό των Ηνωμένων Εθνών που ασχολείται με τον συντονισμό των τουριστικών πολιτικών και προωθεί την ανάπτυξη υπεύθυνου, βιώσιμου και καθολικά προσβάσιμου τουρισμού. Ο ΠΟΤ προσπαθεί να μεγιστοποιήσει τη συμβολή του τουρισμού, μεταξύ άλλων, στη διεθνή ανάπτυξη και κατανόηση, ελαχιστοποιώντας παράλληλα τις αρνητικές επιπτώσεις του, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στο αναπτυξιακό δυναμικό των αναπτυσσόμενων χωρών. Συγκεκριμένα, ο Παγκόσμιος Κώδικας Δεοντολογίας για τον Τουρισμό (GCET), που καταρτίστηκε από τον οργανισμό το 1999, αντιπροσωπεύει ένα πρώτο βήμα κοινό στην παγκόσμια κοινότητα για την προώθηση του βιώσιμου παγκόσμιου τουρισμού.

3.2.1. Ο Παγκόσμιος Κώδικας Δεοντολογίας για τον Τουρισμό (GCET)

Το GCET είναι ένας κώδικας που θεσπίζει ένα πλαίσιο αναφοράς για την υπεύθυνη και βιώσιμη ανάπτυξη του παγκόσμιου τουρισμού. Πρόκειται για ένα ολοκληρωμένο σύνολο αρχών, σκοπός των οποίων είναι να καθοδηγήσουν τους ενδιαφερόμενους φορείς στην τουριστική ανάπτυξη: κεντρικές και τοπικές κυβερνήσεις, τοπικές κοινότητες, την τουριστική βιομηχανία και τους επαγγελματίες της, καθώς και επισκέπτες, τόσο διεθνείς όσο και εγχώριους.

Εγκρίθηκε το 1999 από τη Γενική Συνέλευση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και η αναγνώρισή της από τα Ηνωμένα Έθνη δύο χρόνια αργότερα ενθάρρυνε ρητά τον ΠΟΤ να προωθήσει την αποτελεσματική παρακολούθηση των διατάξεών του. Ο κώδικας περιέχει πολλές από τις αρχές της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και στοχεύει στη μεγιστοποίηση των οφελών του τομέα, μειώνοντας παράλληλα τις δυνητικά αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον, την πολιτιστική κληρονομιά και τις κοινωνίες σε όλο τον κόσμο. Τα δέκα άρθρα του κώδικα καλύπτουν ευρέως τις οικονομικές, κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές συνιστώσες των ταξιδιών και του τουρισμού.

Επιπλέον, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στον ιδιαίτερο ρόλο του τουρισμού στη συμβολή στην αμοιβαία κατανόηση και τον σεβασμό μεταξύ των λαών και ως όχημα ατομικής και συλλογικής ολοκλήρωσης. Ξεχωριστά άρθρα ορίζουν το δικαίωμα στον τουρισμό («Η προοπτική άμεσης και προσωπικής πρόσβασης στην ανακάλυψη και απόλαυση των πόρων του πλανήτη αποτελεί δικαίωμα εξίσου ανοιχτό σε όλους τους κατοίκους του κόσμου») και την ελεύθερη κυκλοφορία των τουριστών, βασισμένη εν μέρει στην Οικουμενική Διακήρυξη των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων. Το έγγραφο καθορίζει επίσης τα δικαιώματα των εργαζομένων και της τουριστικής βιομηχανίας όσον αφορά την αναγνώριση, την κατάρτιση, την κοινωνική πρόνοια και άλλα θέματα.

3.2.2. Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs)

Τον Σεπτέμβριο του 2000, τα 189 κράτη μέλη των Ηνωμένων Εθνών υπέγραψαν μια παγκόσμια συμμαχία που κατέληξε στον καθορισμό των Αναπτυξιακών Στόχων της Χιλιετίας (Millennium Development Goals - MDGs). Μεταξύ των στόχων που τέθηκαν, ήταν η εξάλειψη της φτώχειας και της πείνας στον κόσμο, η επίτευξη καθολικής πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, η διασφάλιση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας και η ανάπτυξη μιας παγκόσμιας εταιρικής σχέσης για την ανάπτυξη. Η συμμαχία αυτή έληξε το 2015 και, παρά τις προσπάθειες και την πρόοδο που σημειώθηκε, η επίτευξη των στόχων αποδείχθηκε ασυνεχής: τα δεκαπέντε χρόνια εργασίας αποκάλυψαν πράγματι τις μεγάλες δυσκολίες στην επίτευξη αυτών των στόχων, όπως ο καθορισμός κατάλληλων δεικτών για τη μέτρηση της προόδου ή η έλλειψη σαφήνειας σχετικά με τον ρόλο ορισμένων ενδιαφερόμενων μερών, όπως η κοινωνία των πολιτών και ο ιδιωτικός τομέας.

Με βάση αυτή την εμπειρία, τον Σεπτέμβριο του 2015, τα Ηνωμένα Έθνη

Η Συνέλευση ενέκρινε την ατζέντα της δεκαπενταετούς περιόδου 2015-2030 για τη βιώσιμη ανάπτυξη και μαζί της τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης, ένα πλαίσιο που περιλαμβάνει δεκαεπτά στόχους και 196 στόχους, μέσω των οποίων τα κράτη, η κοινωνία των πολιτών και ο ιδιωτικός τομέας μπορούν να καθοδηγήσουν και να μετρήσουν τη συμβολή τους στη βιώσιμη ανάπτυξη έως το 2030. Αυτή η νέα ατζέντα είναι η πιο φιλόδοξη μέχρι σήμερα και οι στόχοι της αποσκοπούν στην εξάλειψη της φτώχειας, την προστασία του πλανήτη και τη διασφάλιση της ισότητας και της ευημερίας και για πρώτη φορά επιτρέπει στις επιχειρήσεις να διαδραματίσουν ηγετικό ρόλο στην υλοποίησή της:

Είμαστε αποφασισμένοι, από τώρα έως το 2030, να σταματήσουμε τη

φτώχεια και την πείνα παντού. καταπολέμηση των ανισοτήτων εντός και μεταξύ των χωρών· οικοδόμηση ειρηνικών, δίκαιων και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνιών· για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και προώθηση της ισότητας των φύλων και της χειραφέτησης των γυναικών και των κοριτσιών· και να διασφαλίσει τη διαρκή προστασία του πλανήτη και των φυσικών του πόρων. Αποφασίζουμε επίσης να δημιουργήσουμε συνθήκες για βιώσιμη, χωρίς αποκλεισμούς και βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη, κοινή ευημερία και αξιοπρεπή εργασία για όλους, λαμβάνοντας υπόψη τα διαφορετικά επίπεδα εθνικής ανάπτυξης και ικανοτήτων.



Visual: UNWTO, Τουριστικοί στόχοι

Ο βιώσιμος τουρισμός βρίσκεται σταθερά στην αναπτυξιακή ατζέντα για την περίοδο μετά το 2015. Ωστόσο, για να υλοποιηθεί αυτό το θεματολόγιο, απαιτείται ένα σαφές πλαίσιο εφαρμογής, με επαρκή χρηματοδότηση και επενδύσεις σε τεχνολογία, υποδομές και ανθρώπινο δυναμικό.

Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει άμεσα ή έμμεσα σε όλους αυτούς τους στόχους. Βάσει αυτής της αρχής, ο τομέας είναι παρών ως στόχος σε τρεις από τους δεκαεπτά SDGs, και συγκεκριμένα στον SDG 8 «Αξιοπρεπής εργασία και οικονομική ανάπτυξη» («Έως το 2030, σχεδιασμός και εφαρμογή πολιτικών για την προώθηση του βιώσιμου τουρισμού που δημιουργεί θέσεις εργασίας και προωθεί τον τοπικό πολιτισμό και προϊόντα»), SDG 12 «Υπεύθυνη κατανάλωση και παραγωγή» («Ανάπτυξη και εφαρμογή εργαλείων για την παρακολούθηση των επιπτώσεων της βιώσιμης ανάπτυξης για τον βιώσιμο τουρισμό που δημιουργεί θέσεις εργασίας, προωθεί τον τοπικό πολιτισμό και τα τοπικά προϊόντα») και τον SDG 14 για τη «Θαλάσσια ζωή» («έως το 2030, αύξηση των οικονομικών οφελών του SIDS και των LCDs από τη βιώσιμη χρήση των θαλάσσιων πόρων, μεταξύ άλλων μέσω της βιώσιμης διαχείρισης της αλιείας, της υδατοκαλλιέργειας και του τουρισμού»).

Ωστόσο, με την ευρεία εμβέλεια και τον αντίκτυπό του, ο τομέας μπορεί και πρέπει να συμβάλει, άμεσα και έμμεσα, στην επίτευξη και των δεκαεπτά SDGs, από την ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς και την εξάλειψη της ακραίας φτώχειας έως την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής, από την προώθηση της ισότητας των φύλων έως τη διατήρηση των θαλάσσιων και χερσαίων οικοσυστημάτων, από την προώθηση του διαλόγου μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών έως τη βελτίωση της αμοιβαίας κατανόησης και των διαφορετικών πολιτισμών έως την προώθηση της αμοιβαίας κατανόησης και της ειρήνης. Ωστόσο, εάν δεν υπάρξει καλή διαχείριση, ο τουρισμός μπορεί επίσης να συμβάλει στην καταστροφή των μοναδικών πολιτιστικών μας περιουσιακών στοιχείων, καταστρέφοντας το περιβάλλον και διαταράσσοντας τις κοινωνικές δομές.

Ως εκ τούτου, προκειμένου να μεγιστοποιηθεί ο θετικός αντίκτυπος του τουρισμού και να μετριαστούν οι πιθανοί κίνδυνοι του, ολόκληρη η τουριστική κοινότητα - συμπεριλαμβανομένων των φορέων χάραξης πολιτικής, των επιχειρήσεων, των τουριστών και άλλων τουριστικών φορέων, καθώς και της αναπτυξιακής κοινότητας γενικότερα - θα πρέπει να συνεργαστούν για την προώθηση του υπεύθυνου και βιώσιμου τουρισμού σε όλο τον κόσμο. Οι κυβερνήσεις θα πρέπει να αναπτύξουν αποτελεσματικά και ισχυρά πλαίσια πολιτικής για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη· ο ιδιωτικός τομέας θα πρέπει να αποδείξει την πλήρη δέσμευσή του για βιωσιμότητα στα βασικά επιχειρηματικά μοντέλα με ισχυρότερες δράσεις·.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού έχει θέσει ως αποστολή την προώθηση της συμβολής του τουριστικού τομέα στους SDGs. Ο ΠΟΤ εργάζεται πράγματι για να συμβάλει, μέσω τεχνικής βοήθειας και κατάρτισης, στην επίτευξη των SDGs, ιδίως όσον αφορά τους στόχους στους οποίους ο τουρισμός αναφέρεται ρητά ως στόχοι 8, 12 και 14.

Ενώ οι περισσότερες χώρες βλέπουν τον τουρισμό ως βασικό συντελεστή και στους δεκαεπτά ΣΒΑ, οι υπεύθυνοι χάραξης τουριστικής πολιτικής δεν φαίνεται να ασκούν επαρκή επιρροή στον εθνικό σχεδιασμό των SDGs και πρέπει να εμπλακούν και να συνεργαστούν με άλλα υπουργεία και τον ιδιωτικό τομέα. να διερευνήσει πλήρως και να αξιοποιήσει τις διασυνδέσεις του τουρισμού με άλλους τομείς και βιομηχανίες.

Ταυτόχρονα, πρέπει να είναι καλά ενημερωμένοι για την τρέχουσα συμβολή του ιδιωτικού τομέα στους SDGs, ώστε να κατανοήσουν και να καλύψουν τα κενά που εξακολουθούν να υπάρχουν μέσω ενός υποστηρικτικού περιβάλλοντος πολιτικής και της προώθησης της καινοτομίας και άλλων νέων τεχνολογιών. Οι SDGs παρέχουν ένα εξαιρετικό πλαίσιο για στενότερη συνεργασία δημόσιου-ιδιωτικού τομέα, στο πλαίσιο της οποίας ο τουρισμός θα μπορούσε να υπερβεί κατά πολύ τις τρέχουσες προσδοκίες όσον αφορά τη συμβολή του στους ανθρώπους, τον πλανήτη, την ευημερία και την ειρήνη.

3.2.3. Οι προκλήσεις του τουριστικού τομέα



Visual: Παγκόσμια Απεργία για το Κλίμα και Διεθνής Σύνοδος Κορυφής για το Κλίμα Πορεία για τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης, BAKU, AZERBAIJAN 9.26.2019

Ο τουρισμός, όπως και άλλοι τομείς, αντιμετωπίζει σημαντικές παγκόσμιες προκλήσεις. Έχουν προσδιοριστεί έξι τομείς προτεραιότητας, απεικονίζουν τον αντίκτυπο και τις ευκαιρίες που σχετίζονται με τον τουριστικό τομέα και επισημαίνουν ορισμένους από τους λόγους για τους οποίους οι κυβερνήσεις πρέπει να δώσουν σοβαρή προσοχή στη βιώσιμη ανάπτυξή του.

Μία από τις σημαντικότερες προκλήσεις είναι η απασχόληση, ιδίως όσον αφορά την προσφορά αξιοπρεπών και σταθερών θέσεων εργασίας στους εργαζομένους, ιδίως στις γυναίκες και τα άτομα με αναπηρίες, από τις εταιρείες του τομέα.

Ο όγδοος στόχος Βιώσιμης Ανάπτυξης αναφέρει στην πραγματικότητα ότι ο στόχος είναι «Προώθηση βιώσιμης, χωρίς αποκλεισμούς και βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης, πλήρους και παραγωγικής απασχόλησης και αξιοπρεπούς εργασίας για όλους». Ως εκ τούτου, η τουριστική βιομηχανία μπορεί να παράσχει πρόσβαση σε αξιοπρεπείς θέσεις εργασίας, ιδίως όσον αφορά την ανάπτυξη χώρες και να προωθήσουν τον βιώσιμο τουρισμό, ο οποίος δημιουργεί θέσεις εργασίας και προωθεί τον τοπικό πολιτισμό και τα τοπικά προϊόντα.

Πράγματι, οι δυνατότητες του τουρισμού να συμβάλει στην καταπολέμηση της φτώχειας αναγνωρίζονται όλο και περισσότερο, εν μέρει επειδή είναι ένας από τους λίγους τομείς όπου οι πολιτιστικοί και φυσικοί πόροι των φτωχών χωρών τους παρέχουν συγκριτικό οικονομικό πλεονέκτημα. " Ανάπτυξη του τουρισμού προσφέρει μια καλή ευκαιρία, διότι συχνά αντιπροσωπεύει μια νέα πηγή εισοδήματος στις αγροτικές περιοχές, όπου βρίσκονται τα τρία τέταρτα των φτωχών του κόσμου. Όλες οι χώρες πρέπει να διασφαλίσουν ότι οι άνθρωποι που απασχολούνται στον τουρισμό αμείβονται επαρκώς, λαμβάνουν κατάλληλη θεραπεία και έχουν ευκαιρίες ανέλιξης.

Το περιβάλλον αντιπροσωπεύει μια άλλη πρόκληση, ίσως την πιο επικείμενη. Στην πραγματικότητα, οι τουριστικές δραστηριότητες μπορούν να έχουν αντίκτυπο στα οικοσυστήματα και, ως εκ τούτου, είναι απαραίτητο να προωθηθεί η αποτελεσματική διαχείριση των πόρων και να υποστηριχθούν μέτρα για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής. Επιπλέον, η υπερθέρμανση του πλανήτη έχει επίσης σημαντικές συνέπειες για τον τουρισμό: οι επιπτώσεις της, όπως η άνοδος της στάθμης της θάλασσας, η αύξηση της συχνότητας και της ενέργειας των κυμάτων καταιγίδας και καταιγίδων, η διάβρωση των παραλιών, η λεύκανση των κοραλλιών και η διακοπή της παροχής νερού απειλούν πολλούς παράκτιους προορισμούς. Η αύξηση του ορίου χιονιού και η συντόμευση των χειμερινών αθλητικών περιόδων θα επηρεάσουν επίσης τα ορεινά θέρετρα. Οι αλλαγές στη θερμοκρασία και τις βροχοπτώσεις θα επηρεάσουν την ελκυστικότητα της αγοράς στα περισσότερα μέρη του κόσμου, αν και με διαφορετικούς τρόπους, ανάλογα με την

αλληλεπίδραση των φαινομένων ώθησης και έλξης στις χώρες προέλευσης και προορισμού. Ο τουρισμός μπορεί επίσης να επηρεαστεί από άλλους παράγοντες, όπως η εξάπλωση τροπικών ασθενειών και η διαθεσιμότητα νερού.

Είναι επίσης σημαντικό να προωθηθούν βιώσιμες και έξυπνες πόλεις προς όφελος των ντόπιων και των τουριστών και να διατηρηθούν οι προορισμοί. Στην πραγματικότητα, ο τουρισμός παρέχει σημαντική άμεση συμβολή στο εισόδημα των προστατευόμενων περιοχών και των χώρων πολιτιστικής κληρονομιάς, χάρη στα τέλη εισόδου, τις άδειες, τις παραχωρήσεις κ.λπ. Γενικότερα, ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει κατάλληλο εργαλείο για μια πιο βιώσιμη διαχείριση της γης σε όλα τα μέρη του κόσμου, παρέχοντας μια πρόσθετη ή εναλλακτική μορφή βιοπορισμού για τους αγρότες και τις αγροτικές κοινότητες που εξαρτώνται από καλά διατηρημένους φυσικούς πόρους.

Τέλος, ειδικά στον κόσμο μετά την πανδημία, η αβεβαιότητα σχετικά με την υγεία και την ασφάλεια των ταξιδιών και ορισμένων προορισμών έχει προκαλέσει σημαντικές διακυμάνσεις στις τουριστικές ροές. Αν και πρόκειται για ένα βραχύβιο φαινόμενο και η ανάκαμψη είναι συχνά ταχεία, πρέπει να θεωρηθεί παγκόσμιο πρόβλημα για τη βιωσιμότητα του τουρισμού. Υπάρχουν πολιτικές επιπτώσεις για την εικόνα, για τη διαχείριση των πληροφοριών και για συγκεκριμένα μέτρα που αποσκοπούν στη βελτίωση της ασφάλειας των τουριστών.

4. Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΣΤΟΥΣ SDGs

Οι αριθμοί αντικατοπτρίζουν το μεγάλο δυναμικό του τουριστικού τομέα και την ικανότητά του να επηρεάζει τις παγκόσμιες προκλήσεις, ιδίως σε σχέση με τη βιώσιμη οικονομική μεγέθυνση, την ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς και τη διατήρηση του περιβάλλοντος. Ο τουρισμός έχει τεράστιες δυνατότητες για τη δημιουργία αξιοπρεπών θέσεων εργασίας και την προώθηση της επιχειρηματικότητας, συμβάλλοντας στη

χειραφέτηση των μειονεκτουσών ομάδων, ιδίως των νέων και των γυναικών.

Ο τουρισμός προωθεί επίσης τις ανταλλαγές μεταξύ ανθρώπων από διαφορετικά μέρη του κόσμου, ενισχύοντας την κατανόηση μεταξύ των πολιτισμών και προωθώντας την ειρήνη μεταξύ κοινοτήτων και εθνών. Ως εκ τούτου, είναι ένα από τα τους πιο δυναμικούς και μακρόπνοους οικονομικούς τομείς και μπορούν να συμβάλουν αποφασιστικά στην επίτευξη των ΣΒΑ.

Οι επιχειρήσεις στον τομέα του τουρισμού διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον μετασχηματισμό της προσέγγισης του κλάδου και στην εισαγωγή κριτηρίων βιωσιμότητας στις δραστηριότητές τους. Αυτές οι εταιρείες μπορούν να ευθυγραμμίσουν τις στρατηγικές τους με τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης προωθώντας τον υπεύθυνο τουρισμό που σέβεται το φυσικό, πολιτιστικό και κοινωνικό περιβάλλον και ευνοεί τη βιώσιμη ανάπτυξη των τουριστικών προορισμών.

4.1 Πώς μπορούν να συνεισφέρουν

Στις επόμενες ενότητες θα διερευνηθούν οι διάφοροι Στόχοι Βιώσιμης Ανάπτυξης και οι τρόποι με τους οποίους ο τουριστικός τομέας και όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να συμβάλουν στη βιώσιμη ανάπτυξή του.



Visual: SDGs 17 Αναπτυξιακούς στόχους

1.1.1. “Εξάλειψη της φτώχειας σε όλες τις μορφές της παντού”

Ο τουρισμός αντιπροσωπεύει το 5,5% του παγκόσμιου ΑΕΠ στην περίοδο μετά την πανδημία και έχει άμεσο αντίκτυπο στα διεθνή επίπεδα φτώχειας. Πράγματι, ο τομέας πρέπει να προωθήσει τη δημιουργία αξιοπρεπών θέσεων εργασίας, ιδίως για τις γυναίκες, τους νέους και τις μειονεκτούσες ομάδες, οι οποίες, τονώνοντας την οικονομία και την τοπική ανάπτυξη, έχουν άμεσο αντίκτυπο στην ευημερία του τοπικού πληθυσμού και τον βοηθούν να αποκτήσει εισόδημα, δικαιοσύνη, κοινωνική ασφάλιση και προστασία και καλύτερες προοπτικές προσωπικής ανάπτυξης και ένταξης. Ως εκ τούτου, ο στόχος πρέπει να είναι η αποφυγή περιβαλλοντικών και οικονομικών κρίσεων που έχουν αντίκτυπο στον πληθυσμό.

1.1.2. “Εξάλειψη της φτώχειας σε όλες τις μορφές της παντού”

Το μεγαλύτερο μέρος της παγκόσμιας φτώχειας εντοπίζεται σε αγροτικές περιοχές, όπου υπάρχουν τα υψηλότερα επίπεδα υποσιτισμού. Ο τουρισμός μπορεί να τονώσει την αγροτική παραγωγικότητα μέσω της παραγωγής, της χρήσης και της πώλησης τοπικών προϊόντων και, ταυτόχρονα, να προσφέρει μια πρόσθετη ευκαιρία εισοδήματος για τους ανθρώπους που ζουν σε τουριστικούς προορισμούς, προσφέροντας εναλλακτικά επιχειρηματικά μοντέλα, όπως ο αγρο-τουρισμός, ο σεβασμός στο περιβάλλον και τα τοπικά έθιμα. Το μεγαλύτερο μέρος της παγκόσμιας φτώχειας εντοπίζεται σε αγροτικές περιοχές, όπου υπάρχουν τα υψηλότερα επίπεδα υποσιτισμού. Ο τουρισμός μπορεί να τονώσει την αγροτική παραγωγικότητα μέσω της παραγωγής, της χρήσης και της πώλησης τοπικών προϊόντων και, ταυτόχρονα, να προσφέρει μια πρόσθετη ευκαιρία εισοδήματος για τους ανθρώπους που ζουν σε τουριστικούς προορισμούς, προσφέροντας εναλλακτικά επιχειρηματικά μοντέλα, όπως ο αγροτουρισμός, ο σεβασμός στο περιβάλλον και τα τοπικά έθιμα.

1.1.3. “Εξασφάλιση υγιούς ζωής και προώθηση της ευημερίας για όλους και σε όλες τις ηλικίες”

Ο τουριστικός τομέας μπορεί να λειτουργήσει με βιώσιμο, υγιεινό και ασφαλή τρόπο για τις τοπικές κοινωνίες, τους τουρίστες και τους εργαζόμενους, συμβάλλοντας στην ευημερία όλων. Η εφαρμογή κατάλληλων σχεδίων υγείας και ασφάλειας και η εφαρμογή κατάλληλων μέτρων για την πρόληψη ατυχημάτων ή προβλημάτων υγείας μεταξύ τουριστών και εργαζομένων είναι μέτρα που οι εταιρείες του κλάδου μπορούν να φροντίσουν.

1.1.4. “Διασφάλιση ισότιμης και χωρίς αποκλεισμούς ποιότητας εκπαίδευση και προώθηση της δια βίου μάθησης , ευκαιρίες για όλους”

Αποτελεσματική αειφόρος ανάπτυξη μπορεί να επιτευχθεί μόνο διασφαλίζοντας ότι οι ηθικές αξίες και η περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ευθύνη μεταβιβάζονται σε ολόκληρο τον πληθυσμό. Οι εταιρείες του τομέα έχουν διάφορους τρόπους να συμβάλουν σε αυτόν τον στόχο: πραγματοποιώντας εκπαιδευτικά προγράμματα για επισκέπτες και εργαζόμενους, μέσω έργων κοινοτικής ανάπτυξης και αυξάνοντας την ευαισθητοποίηση στην κοινωνία.

1.1.5. “Επίτευξη της ισότητας των φύλων και χειραφέτηση όλων των γυναικών και κοριτσιών”

Ένας μεγάλος αριθμός εργαζομένων και επιχειρηματιών στον τομέα του τουρισμού είναι γυναίκες. Ωστόσο, συχνά καταλαμβάνουν χαμηλά αμειβόμενες θέσεις, διαιωνίζοντας την οικονομική και κοινωνική

ανισότητα. Οι επιχειρήσεις του τομέα μπορούν επομένως να προωθήσουν τον τουρισμό που βελτιώνει την ποιότητα της γυναικείας απασχόλησης και τους επιτρέπει να έχουν πρόσβαση σε εξειδικευμένες θέσεις εργασίας, δημιουργώντας προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης, ένταξης και ισότητας για γυναίκες και κορίτσια στις τοπικές κοινότητες, στις οποίες operate.

1.1.6. “Διασφάλιση της διαθεσιμότητας και της βιώσιμης διαχείρισης του νερού και της αποχέτευσης για όλους”

Ο τουρισμός απαιτεί μεγάλη ποσότητα ενέργειας και μπορεί να είναι πολύ ευαίσθητος στους περιορισμούς ύδρευσης και αποχέτευσης στους προορισμούς. Οι τουριστικές βιομηχανίες μπορούν να προβούν σε αποτελεσματική διαχείριση των υδάτινων πόρων και να περιορίσουν τις αρνητικές επιπτώσεις στο τοπικό οικοσύστημα, διασφαλίζοντας παράλληλα την πρόσβαση στο νερό για τον τουρισμό και τον τοπικό πληθυσμό, λαμβάνοντας υπόψη τον έλεγχο της ρύπανσης, την αποδοτικότητα και την προστασία των πόρων.

1.1.7. “Διασφάλιση της πρόσβασής σε οικονομικά προσιτή, αξιόπιστη, βιώσιμη και σύγχρονη ενέργεια για όλους”

Για να επιτευχθεί βιώσιμος τουρισμός, είναι απαραίτητο να προωθηθεί η πρόσβαση σε φθηνή, καθαρή και σύγχρονη ενέργεια στους προορισμούς. Οι επιχειρήσεις στον τομέα του τουρισμού μπορούν να δεσμευτούν για την ανάπτυξη μέτρων ενεργειακής απόδοσης και την αύξηση της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στις επιχειρήσεις τους, μειώνοντας παράλληλα την εξάρτησή τους από τα ορυκτά καύσιμα, προκειμένου να επιτύχουν μια βιώσιμη και επωφελή για όλους οικονομία.

1.1.8. “Διασφάλιση της πρόσβασης σε οικονομικά προσιτή, αξιόπιστη, βιώσιμη και σύγχρονη ενέργεια για όλους”

Ο τουρισμός αποτελεί θεμελιώδες εργαλείο για την επίτευξη βιώσιμης και χωρίς αποκλεισμούς οικονομικής ανάπτυξης και για την προσφορά αξιοπρεπών συνθηκών εργασίας σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων, ιδίως νέων και γυναικών. Οι εταιρείες του κλάδου παρέχουν θέσεις εργασίας που θα πρέπει να είναι αξιοπρεπείς σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας τους. Θα πρέπει επίσης να ενθαρρύνουν την πρόσληψη και την επιχειρηματικότητα του τοπικού πληθυσμού, ιδίως μεταξύ των ευάλωτων ομάδων.

1.1.9. “Δημιουργία ανθεκτικών υποδομών, προώθηση της βιώσιμης και χωρίς αποκλεισμούς εκβιομηχάνισης και προώθηση της καινοτομίας”

Οι υποδομές, οι διαδικασίες εκβιομηχάνισης και η καινοτομία είναι σημαντικά ζητήματα για την ανάπτυξη του τουρισμού. Οι επιχειρήσεις του τομέα έχουν τη δυνατότητα να επενδύουν σε βιώσιμες εγκαταστάσεις και υποδομές που επιτρέπουν την καθολική πρόσβαση και χρήση, ιδίως από άτομα με αναπηρίες και άλλες μειονεκτούσες ομάδες. Μπορούν επίσης να βελτιώσουν την τεχνολογική ικανότητα των τουριστικών προορισμών, ιδίως των αγροτικών κοινοτήτων, όσον αφορά την πρόσβαση στις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών.

1.1.10. “Μείωση των ανισοτήτων εντός και μεταξύ των χωρών”

Ο βιώσιμος τουρισμός είναι ένα ισχυρό εργαλείο για την πρόοδο της

κοινότητας και για τη μείωση των ανισοτήτων. Οι επιχειρήσεις του τομέα μπορούν να συμβάλουν στην αστική ανάπτυξη και την αγροτική ανάπτυξη, συμβάλλοντας στη μείωση των περιφερειακών ανισορροπιών και δίνοντας στις τοπικές κοινωνίες την ευκαιρία να ευδοκιμήσουν εντός του τόπου καταγωγής τους.

1.1.11. “Κάντε τις πόλεις και τους ανθρώπινους οικισμούς ασφαλείς, ανθεκτικούς και βιώσιμους χωρίς αποκλεισμούς”

Ο τουρισμός απαιτεί αστικές υποδομές που είναι προσβάσιμες σε όλους, με καλά διατηρημένη κληρονομιά και μπορούν να συμβάλουν στην προώθηση της αναζωογόνησης περιθωριακών περιοχών. Για να απαντήσουν σε αυτό το ερώτημα, οι εταιρείες του τομέα ενδιαφέρονται να προωθήσουν βιώσιμες πόλεις και πράσινες και ανθεκτικές υποδομές (αποδοτικότερες, ασφαλείς και προσβάσιμες μεταφορές για όλους, χώρους πρασίνου και ασφαλείς δημόσιους χώρους, μεταξύ άλλων), μέσω της ανανέωσης των δημόσιων χώρων, των δημόσιων υποδομών και της συνδεσιμότητας, καθώς και της ανάπτυξης τοπικών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων αναψυχής.

1.1.12. “Διασφάλιση βιώσιμων προτύπων κατανάλωσης και παραγωγής”

Για να επιτευχθεί μια πραγματικά βιώσιμη κοινωνία, ο τομέας θα πρέπει να προωθήσει βιώσιμες πρακτικές κατανάλωσης και παραγωγής από τους εργαζομένους του, τον τοπικό πληθυσμό και τους τουρίστες, μέσω μέτρων όπως η αποδοτική χρήση των φυσικών πόρων, η βιώσιμη διαχείριση των τροφίμων και των αποβλήτων και η προσεκτική επιλογή προϊόντων και προμηθευτών. Οι εταιρείες του κλάδου έχουν την ευκαιρία να εφαρμόσουν μέτρα επαναχρησιμοποίησης και ανακύκλωσης πόρων, να υιοθετήσουν βιώσιμες πρακτικές σε σχέση με την αλυσίδα εφοδιασμού

τους, να ενσωματώσουν πληροφορίες βιωσιμότητας στις επιχειρηματικές τους σχέσεις και να προωθήσουν την τοπική κουλτούρα και τα τοπικά προϊόντα.

1.1.13. “Ανάληψη επείγουσας δράσης για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής και των επιπτώσεών της”

Ο τουριστικός τομέας είναι βασικός παράγοντας στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής, καθώς παράγει περίπου το 5% του συνολικού CO₂ που απελευθερώνεται στην ατμόσφαιρα. Επιπλέον, ο τουρισμός περιλαμβάνει τον μετασχηματισμό των φυσικών περιβαλλόντων και πόρων και την υπερβολική χρήση ορυκτών καυσίμων. Είναι σημαντικό να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα του τομέα διασφαλίζοντας τη δέσμευσή του για την προστασία του περιβάλλοντος, προκειμένου να μετριάσουν οι αρνητικές επιπτώσεις στους ανθρώπους και τους τουριστικούς προορισμούς.

Για να γίνει αυτό, οι εταιρείες του τομέα μπορούν να συμμετάσχουν στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής μειώνοντας την κατανάλωση ενέργειας, προωθώντας τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και δημιουργώντας συμμαχίες για την καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής.

1.1.14. “Διατήρηση και βιώσιμη χρήση των ωκεανών, των θαλασσών και θαλάσσιων πόρων για βιώσιμη ανάπτυξη”

Ο τουρισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη διαφύλαξη των ωκεανών, των θαλασσών και των θαλάσσιων πόρων, ιδίως σε παράκτιες ή νησιωτικές περιοχές, όπου ο τομέας αποτελεί τη βάση της οικονομίας,

καθώς και σε σχέση με τον θαλάσσιο τουρισμό. Ο τομέας θα πρέπει να προωθήσει την ολοκληρωμένη διαχείριση των παράκτιων ζωνών για να βοηθήσει διατήρηση και συντήρηση των θαλάσσιων οικοσυστημάτων.

Οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον τομέα του παράκτιου και θαλάσσιου τουρισμού μπορούν να συμβάλουν στην πρόληψη και τη μείωση της θαλάσσιας ρύπανσης και να χρησιμοποιούν τους θαλάσσιους πόρους με βιώσιμο τρόπο στις δραστηριότητές τους. Επιπλέον, οι υπεύθυνες επιχειρήσεις μπορούν να αποφέρουν οικονομικά οφέλη στις περιοχές προορισμού, ιδίως σε υπανάπτυκτες παράκτιες ή νησιωτικές περιοχές.

1.1.15. “Προστασία, αποκατάσταση και προώθηση της βιώσιμης χρήσης των χερσαίων οικοσυστημάτων, βιώσιμη διαχείριση των δασών, καταπολέμηση της απερήμωσης, ανάσχεση της αντίστροφης υποβάθμισης του εδάφους και ανάσχεση της απώλειας βιοποικιλότητας”

Ο βιώσιμος τουρισμός συμβάλλει στη δημιουργία μακροπρόθεσμων οφελών επενδύοντας σε μέτρα για την καταπολέμηση της αποψίλωσης και της απερήμωσης, προκειμένου να διατηρηθούν οι τουριστικοί προορισμοί σε βέλτιστη κατάσταση και να δημιουργηθεί μεγαλύτερη ροή επισκεπτών και οφέλη για το περιβάλλον και τις τοπικές κοινότητες.

Οι εταιρείες που δεσμεύονται για τον βιώσιμο τουρισμό μπορούν να δημιουργήσουν προγράμματα για τουρίστες που εστιάζουν στη διατήρηση και τη φροντίδα του περιβάλλοντος, προκειμένου να βοηθήσουν τις τοπικές κοινότητες, να διαχειριστούν τις επισκέψεις τους και να επιτύχουν το μέγιστο δυνατό όφελος με τον ελάχιστο κίνδυνο για τα οικοσυστήματά τους, τη βιοποικιλότητά τους και την άγρια ζωή τους.

1.1.16. “Πρωώθηση ειρηνικών και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνιών για βιώσιμη ανάπτυξη, παροχή πρόσβασης στη δικαιοσύνη για όλους και οικοδόμηση αποτελεσματικών, υπεύθυνων και χωρίς αποκλεισμούς θεσμών σε όλα τα επίπεδα”

Ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην προώθηση ειρηνικών και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνιών, στην προώθηση της προστασίας των θεμελιωδών δικαιωμάτων των τοπικών κοινοτήτων και στην καταπολέμηση της διαφθοράς. Ο τουρισμός προάγει την ανεκτικότητα και την κατανόηση μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών και χρησιμεύει ως πηγή βιοπορισμού για τις τοπικές κοινότητες, αποτρέποντας παράλληλα τη βία και εδραιώνοντας την ειρήνη σε κοινωνίες που έχουν βιώσει πρόσφατες συγκρούσεις.

Οι εταιρείες του τομέα θα πρέπει να εμπλέκουν τους ντόπιους στις δραστηριότητές τους, να τους προσφέρουν αξιοπρεπή εργασία και να λαμβάνουν κοινές αποφάσεις σχετικά με τη χρήση των τοπικών πόρων, να εισάγουν μέτρα διαφάνειας στον οργανισμό για την καταπολέμηση της διαφθοράς και την εγγύηση και προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων των ντόπιων, των τουριστών και των εργαζομένων.

1.1.17. “Strengthen the means of implementation and revitalize the global partnership for sustainable development”

Οι συμμαχίες μεταξύ των διαφόρων παραγόντων στον πλανήτη είναι απαραίτητες για την επίτευξη των ΣΒΑ και τη διασφάλιση της ευημερίας του πληθυσμού βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα. Χάρη στον διατομεακό χαρακτήρα του, ο τουρισμός έχει τη δυνατότητα να ενισχύσει τη σχέση δημόσιου-ιδιωτικού τομέα και να εμπλέξει διεθνείς, εθνικές, περιφερειακές και τοπικές πραγματικότητες για να συνεργαστούν για την

επίτευξη των ΣΒΑ. και τα εκπαιδευτικά ιδρύματα είναι απαραίτητα για την επίτευξη αποτελεσματικού βιώσιμου τουρισμού.

4.2 Βιώσιμος τουρισμός κατά τη διάρκεια της πανδημίας



Visual: 26 Σεπτεμβρίου 2018, Δουβλίνο. Το πανό των Ηνωμένων Εθνών για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη 17 Παγκόσμιοι Στόχοι αναρτήθηκε στη γέφυρα Rosie Hackett του Δουβλίνου πάνω από τον ποταμό Liffey.

Λαμβάνοντας υπόψη τη συμβολή της τουριστικής βιομηχανίας στην οικονομία, είναι απαραίτητο να αποκατασταθεί ο τομέας στον κόσμο μετά την πανδημία, ειδικά σε εκείνες τις χώρες που εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό ως κύρια ή μοναδική πηγή εισοδήματός τους.

Κατά μία έννοια, η αλλαγή που επέφερε η πανδημία COVID-19 έχει καταστήσει τον τουρισμό πιο βιώσιμο: στην πραγματικότητα, οι μικρότερες αποστάσεις ταξιδιού, που προτιμούν οι τουρίστες τα τελευταία χρόνια, οδηγούν σε χαμηλότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις· ο περιφερειακός ή τοπικός προορισμός μπορεί να οδηγήσει στην τόνωση της ανάκαμψης του τομέα. Επίσης, κατά τη διάρκεια της πανδημίας, οι άνθρωποι τείνουν να μένουν στην περιοχή και να ταξιδεύουν στις χώρες τους, κάτι που είναι φθηνό και βολικό σε σύγκριση με τις διεθνείς επισκέψεις.

Επιπλέον, η ψηφιοποίηση είναι μια άλλη τάση ανάκαμψης με ανέπαφες πληρωμές, υπηρεσίες, αυτοματισμούς και εικονικές εμπειρίες. Καθώς ο τομέας των υπηρεσιών επλήγη σοβαρά κατά τη διάρκεια του κλεισίματος της πανδημίας, ο ψηφιακός μετασχηματισμός θεωρείται πολλά υποσχόμενο μέσο, βάσει του οποίου μπορεί να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο βιωσιμότητας για την αλλαγή του επιχειρηματικού μοντέλου. Τα ευρήματα της έρευνας δείχνουν ότι οι στρατηγικές ανάκαμψης θα πρέπει να βασίζονται στις τεχνολογικές εξελίξεις και την ψηφιοποίηση, με έμφαση στην ανάπτυξη βιώσιμων επιχειρηματικών μοντέλων σύμφωνα με τους ΣΒΑ.

Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι περίοδοι κρίσης, όπως αυτή της πανδημίας, αποτελούν επίσης ευκαιρίες για την ανάπτυξη νέων συμπεριφορών μέσω της επαναξιολόγησης των καταναλωτικών αξιών, των αντιλήψεων και των επιλογών, καθώς οι καταναλωτές έχουν υποστεί αλλαγές σχεδόν σε όλες τις πτυχές της ζωής τους, από επαγγελματικούς έως οικονομικούς τομείς.

Στην πραγματικότητα, οι τουρίστες επανεξετάζουν τη συμπεριφορά τους μετά την τρέχουσα πανδημία, μετατοπίζοντας τις προτιμήσεις τους προς τον βιώσιμο τουρισμό, επιλέγοντας σύντομους προορισμούς για να αποφύγουν τα αεροπορικά ταξίδια και τον μαζικό τουρισμό. Πρόσφατες μελέτες δείχνουν ότι οι τουρίστες συλλέγουν πληροφορίες για περιβαλλοντικά θέματα και βιώσιμο τουρισμό και γνωρίζουν τη δυνητική επίδρασή τους στον οικονομικό, κοινωνικό και οικολογικό βιώσιμο τουρισμό¹⁶. Όσον αφορά τα τουριστικά αξιοθέατα, τα φεστιβάλ, τα μουσεία και τις εκδηλώσεις, οι μελετητές προτείνουν την επανεξέταση των προσεγγίσεων διαχείρισης και την αναζήτηση νέων μοντέλων συμμετοχής, εστιάζοντας σε ψηφιακές ή δευτερεύουσες μορφές τουρισμού¹⁷.

Ως εκ τούτου, η πανδημία μπορεί να θεωρηθεί ως ευκαιρία για πρόοδο προς τον βιώσιμο τουρισμό. Λαμβάνοντας υπόψη τους ΣΒΑ, ο τουρισμός μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην επίτευξη του ΣΒΑ 1 (Καταπολέμηση της φτώχειας), του ΣΒΑ 8 (Βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς οικονομική ανάπτυξη), του ΣΒΑ 12 (Βιώσιμη κατανάλωση και παραγωγή) και του ΣΒΑ

14 (Βιώσιμη χρήση των ωκεανών και των θαλάσσιων πόρων). Η κρίση covid-19 μπορεί να θεωρηθεί ότι είχε θετικό αντίκτυπο στον τουρισμό, καθώς οι τάσεις προς πιο βιώσιμες επιχειρηματικές στρατηγικές έχουν επιταχυνθεί απότομα.

ΠΗΓΕΣ

- Behsudi, A.; International Monetary Fund: Finance & Development. Tourism-Dependent Economies Are among Those Harmed the Most by the Pandemic. December 2020. <https://www.imf.org>
- Eichelberger, S.; Heigl, M.; Peters, M.; Pikkemaat, B. Exploring the Role of Tourists: Responsible Behavior Triggered by the COVID-19 Pandemic. Sustainability 2021, 13, 5774.
- OECD, Tourism Trends and Policies 2020, OCSE Publishing, Paris, 2020
- Orîndaru, A.; Popescu, M.-F.; Caescu, S., -C.; Botezatu, F.; Florescu, M.S.; Runceanu-Albu, C.-C. Leveraging COVID-19 Outbreak for Shaping a More Sustainable Consumer Behavior. Sustainability 2021, 13, 5762.
- Rasoolimanesh, S.M.; Ramakrishna, S.; Hall, C.M.; Esfandiar, K.; Seyfi, S. A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the sustainable development goals. J. Sustain. Tour. 2020, 1–21.
- Roigé, X.; Arrieta-Urtizberea, I.; Seguí, J. The Sustainability of Intangible Heritage in the COVID-19 Era-Resilience, Reinvention, and Challenges in Spain. Sustainability 2021, 13, 5796.
- UNWTO, “Tourism grows 4% in 2021 but remains far below pre-pandemic levels”, 2022.
- UNWTO, Global Code of Ethics for Tourism, 1999.

- UNWTO, International Tourism Highlights – 2019 Edition, 2019.
- UNWTO, Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, 2005.
- UNWTO, Sustainable development. <https://www.unwto.org>
- UNWTO, Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, 2015.

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ

Η Acelera Labs είναι μια ιδιωτική εταιρεία που ιδρύθηκε το 2013, η οποία με την πάροδο των ετών έχει αναπτύξει διαφορετικούς επιχειρηματικούς τομείς με τον ίδιο κοινό παρονομαστή: να βοηθήσει τους ανθρώπους να πραγματοποιήσουν τα όνειρά τους, υποστηρίζοντας ο ένας τον άλλον και απολαμβάνοντας κάθε μέρα καθ 'όλη τη διάρκεια του ταξιδιού.

Πριν από οκτώ χρόνια, η εταιρεία άνοιξε το 'The Shed Coworking', με αποστολή να βοηθήσει όλους τους επαγγελματίες, τους επιχειρηματίες, τις νεοσύστατες επιχειρήσεις και τις μικρές επιχειρήσεις να πραγματοποιήσουν τα έργα τους. Πιστό στο σύνθημά του 'Απολαύστε την εργασία', το The Shed Coworking έχει γίνει ένας χώρος που οδηγεί τη σύνδεση, διεγείρει την κοινή χρήση και εμπλουτίζει την καθημερινή ζωή με έναν υπαινιγμό καλού χιούμορ.

Το 2015 με γνώμονα τη συνεχή βελτίωση, την αναζήτηση ποιότητας και καινοτομίας, η Acelera Labs άνοιξε το 'The Shed Co Design', το οποίο επικεντρώθηκε στους τομείς της επωνυμίας και της επικοινωνίας. Από τότε, η 'Shed Co Design' έχει συμμετάσχει σε διάφορα παγκόσμια έργα, αναπτύσσοντας την εικόνα και την ταυτότητα της επωνυμίας, τη δημιουργικότητα, τα διαδικτυακά και εκτός σύνδεσης αποτελέσματα και τις στρατηγικές επικοινωνίας.



7. Η χρήση της προσέγγισης **gamification** και των ψηφιακών εργαλείων για την προώθηση των φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών στον τουριστικό τομέα

White Manager srl

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός θεωρείται η τέλεια λύση για την προώθηση της βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης λόγω των κύριων χαρακτηριστικών του. Στο πλαίσιο ενός βιώσιμου τουριστικού τομέα, η παιχνιδοποίηση μπορεί να αντιπροσωπεύει έναν σύνδεσμο μεταξύ των τουριστών, των οργανισμών και της κοινότητας και μια διεπαφή που χτίζεται με υπεύθυνο και ηθικό τρόπο. Η ανάπτυξη και η εξάπλωση των ψηφιακών πλατφορμών, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των κινητών τεχνολογιών έχουν πράγματι οδηγήσει στην ταχεία εξάπλωση του φαινομένου της παιχνιδοποίησης στον σχεδιασμό των υπηρεσιών. Η παιχνιδοποίηση έχει εφαρμοστεί σε διαφορετικά περιβάλλοντα εκτός παιχνιδιού και από εταιρείες που αναζητούν νέα εργαλεία για να δημιουργήσουν μια σύνδεση μεταξύ των χρηστών και να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των εργαζομένων και των πελατών.

Πολλές μελέτες έχουν δείξει ότι είναι μια πειστική στρατηγική που χρησιμοποιεί τους μηχανισμούς του παιχνιδιού (όπως σημεία, στόχοι, εμβλήματα, επίπεδα, ιστορία / θέμα), θεωρούμενα χαρακτηριστικά που αλλάζουν τη συμπεριφορά των χρηστών.

Κατά συνέπεια, για να επηρεάσουν τη συμμετοχή, την αφοσίωση, την ικανοποίηση και την εμπειρία του καταναλωτή, διάφοροι οργανισμοί που δραστηριοποιούνται σε διάφορα πλαίσια, συμπεριλαμβανομένου του τουρισμού και της φιλοξενίας, αποφάσισαν να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες της παιχνιδοποίησης χάρη στις τεχνολογικές εξελίξεις που έχουν επηρεάσει τον τουριστικό τομέα.

Το κεφάλαιο θα παρέχει μια σύντομη επισκόπηση της και στη συνέχεια θα δείξει την εφαρμογή της στον τομέα του τουρισμού. Τέλος, θα αναφερθούν μερικά παραδείγματα που δείχνουν πώς η χρήση της τεχνολογίας και της παιχνιδοποίησης μπορεί να προωθήσει πιο βιώσιμη και φιλική προς το περιβάλλον συμπεριφορά.

1. Η ΠΑΙΧΝΙΔΟΠΟΙΗΣΗ

Ο όρος "Παιχνιδοποίηση" δεν είναι καινούργιος: ορίζεται ως μια υπηρεσία που ενισχύει τη δημιουργία αξίας από τους καταναλωτές, ή " μια διαδικασία δημιουργίας μιας υπηρεσίας με δυνατότητες για εμπειρία παιχνιδιού προκειμένου να υποστηρίξει τη συνολική δημιουργία αξίας του χρήστη."



Αυτό που διαφοροποιεί την παιχνιδοποίηση είναι μια εμπειρία παιχνιδιού που βγαίνει από το πλαίσιο του παιχνιδιού. Το Gamification ορίζεται επίσης ως η εφαρμογή και χρήση στοιχείων και τεχνικών σχεδιασμού παιχνιδιών, σκέψης παιχνιδιών, μηχανικής και ανάλυσης παιχνιδιών, τεχνολογίας ηλεκτρονικών παιχνιδιών σε επιχειρηματικά μοντέλα, διαδικασίες, διαδικασίες, υπηρεσίες κ.λπ., η οποία στοχεύει στη βελτίωση των δεξιοτήτων, της εμπειρίας, της δέσμευσης, της αποτελεσματικότητας και της παραγωγικότητας των εργαζομένων ή / και των πελατών / χρηστών εκτός της καθαρής ψυχαγωγίας. Επομένως, η

παιχνιδοποίηση δεν περιορίζεται στη διανομή σημάτων και πόντων για την ενθάρρυνση της συμπεριφοράς, αλλά πρέπει να εφαρμόζει παιχνιδιάρικη σκέψη για να ενθαρρύνει και να παρακινεί μια συγκεκριμένη συμπεριφορά.

Εντοπίζονται τρία κύρια και αλληλένδετα στοιχεία της παιχνιδοποίησης: οικονομικές δυνατότητες, ψυχολογικά και συμπεριφορικά αποτελέσματα.

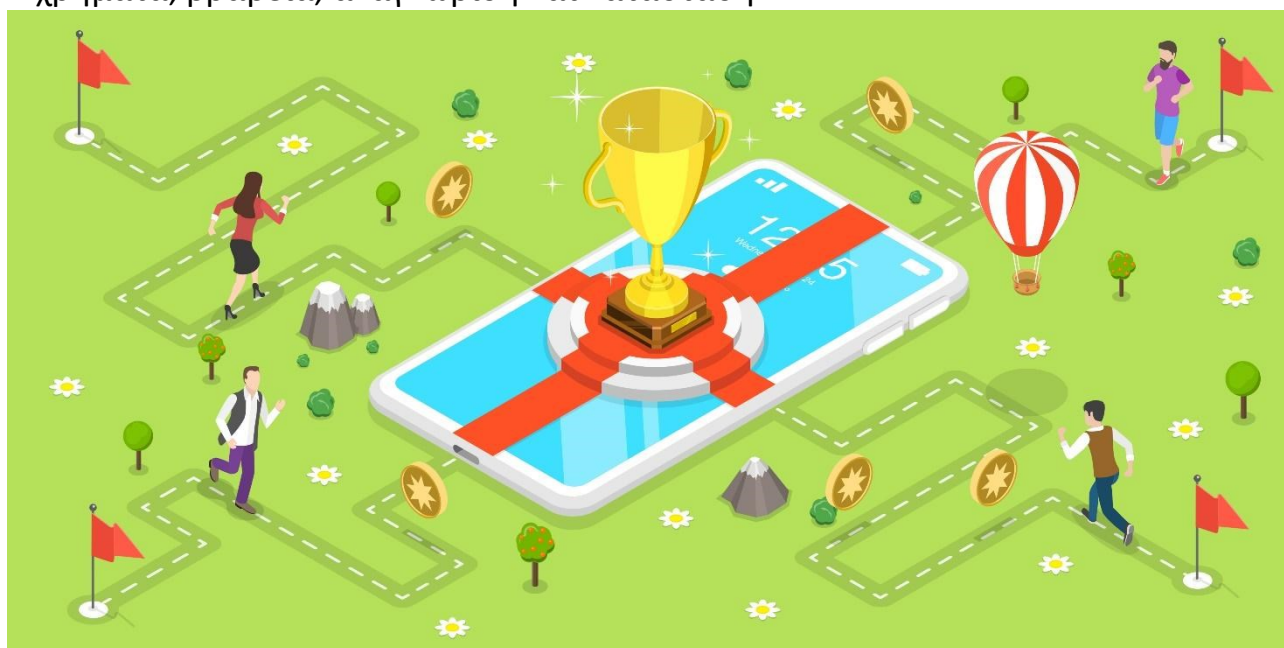
Οι οικονομικές δυνατότητες είναι οι κρυφοί μηχανισμοί και οι κανόνες που διέπουν τη δομή του παιχνιδιού που προσελκύουν τους χρήστες με ένα συγκεκριμένο σύστημα.

Αυτή η μηχανική του παιχνιδιού επηρεάζει την ψυχολογία των χρηστών, δημιουργώντας αφοσίωση, γνώση, ροή και κοινωνική αναγνώριση ή διασκέδαση. Η συμμετοχή των χρηστών μέσω των μηχανισμών του παιχνιδιού οδηγεί σε ψυχολογικά αποτελέσματα που σχετίζονται με τα κίνητρα του παιχνιδιού, τη στάση και την απόλαυση των χρηστών.

Τα αποτελέσματα συμπεριφοράς αναφέρονται σε συμπεριφορές και δραστηριότητες που υποστηρίζονται χρησιμοποιώντας την παιχνιδοποίηση, όπως η απόδοση και η χρήση του συστήματος. Οι οικονομικές δυνατότητες μπορούν να δημιουργήσουν θετικά ψυχολογικά αποτελέσματα τα οποία με τη σειρά τους οδηγούν σε συμπεριφορικά αποτελέσματα (π.χ. αυξημένη συμμετοχή του χρήστη στο επιθυμητό παιχνίδι / δραστηριότητα) και δημιουργία αξίας.

Τα οφέλη που προκύπτουν έχουν ταξινομηθεί ως χρηστικά (δηλαδή, χρησιμότητα και ευκολία χρήσης), ηδονικά (δηλαδή, διασκέδαση και παιχνιδιάρικα) και κοινωνικά (δηλαδή αναγνώριση και κοινωνική επιρροή). Ο σκοπός της μηχανικής παιχνιδοποίησης είναι να τονώσει τη δέσμευση και να ενισχύσει την εμπειρία.

Χρησιμοποιώντας το πρίσμα της θεωρίας αυτοδιάθεσης για να κατανοήσουμε το παρακινητικό δυναμικό της μηχανικής της παιχνιδοποίησης, είναι δυνατόν να ταξινομήσουμε τα κίνητρα σε εξωγενή και εγγενή. Το πρώτο περιλαμβάνει τις δραστηριότητες που διεξάγονται για την επίτευξη αποτελεσμάτων με τη μορφή ανταμοιβών. Σε αυτήν την περίπτωση, η απόφαση να παίξετε καθοδηγείται από ανταμοιβές, όπως χρήματα, βραβεία, αναγνώριση και κατάσταση.



Το δεύτερο, από την άλλη πλευρά, εξαρτάται από τις συγκεκριμένες ανάγκες και τα ενδιαφέροντα κάθε χρήστη, δηλαδή την ικανοποίηση, την ικανοποίηση, την ανάγκη κοινωνικοποίησης και την επιθυμία επιτυχίας σε μια κοινότητα. Οι χρήστες συμμετέχουν περισσότερο σε μια δραστηριότητα όταν έχουν εγγενή κίνητρα.

Η ευημερία και τα κίνητρα των χρηστών προέρχονται από την ικανοποίηση τριών αναγκών: αυτονομία, ικανότητα και σχέση, που επηρεάζουν την απόλαυση και τη δέσμευση των χρηστών. Οι παίκτες είναι εντελώς βυθισμένοι στον εικονικό κόσμο και αυτή η ροή συμβάλλει στην απόλαυση και την ικανοποίησή τους, δημιουργώντας συμπεριφορές ευεξίας. Είναι σημαντικό να σχεδιάζονται παιχνιδοποιημένες εφαρμογές που λαμβάνουν υπόψη τα χαρακτηριστικά των χρηστών.

Επιπλέον, η χρήση εξωγενών ανταμοιβών μπορεί να έχει αρνητικές

επιπτώσεις στα κίνητρα των χρηστών εάν βρεθούν να πρέπει να εκτελέσουν καθήκοντα που είναι δύσκολα σε σχέση με το επίπεδο των γνώσεών τους. Οι έντονα παρακινημένοι χρήστες πέφτουν σε μια «κατάσταση ροής» που ενισχύει την αφοσίωσή τους, οδηγώντας τους να



επικεντρωθούν με στοχευμένο τρόπο και να χάσουν την αυτογνωσία τους. Χάρη στη χρήση της δυναμικής της παιχνιδοποίησης, οι οργανισμοί μπορούν να αυξήσουν την αφοσίωση και την αφοσίωση των πελατών, την προθυμία να πληρώσουν, καθώς και να βελτιώσουν τη δέσμευση άλλων ενδιαφερόμενων μερών, όπως οι εργαζόμενοι.

Τόσο ο στόχος της παιχνιδοποίησης όσο και η αποτελεσματικότητά της βασίζονται στην επιθυμία να παρακινήσουν και να καθοδηγήσουν τη συμπεριφορά των χρηστών προς έναν συγκεκριμένο στόχο, με τη συμμετοχή τους μέσω της εφαρμογής της μηχανικής και της δυναμικής του παιχνιδιού.

2. ΠΑΙΧΝΙΔΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η παιχνιδοποίηση μπορεί να εφαρμοστεί σε οποιονδήποτε τομέα, αλλά ο τουριστικός τομέας δεν την εκμεταλλεύεται πλήρως όπως άλλοι τομείς. Πολλές διάσημες εταιρείες την έχουν ήδη για να αυξήσουν την αφοσίωση των πελατών, να διατηρήσουν τους πελάτες, να βελτιώσουν την απόδοση των εργαζομένων ή να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Μερικές από τις τεχνολογίες που έχουν επηρεάσει την ανάπτυξη της παιχνιδοποίησης είναι οι τεχνολογίες κινητής τηλεφωνίας (εφαρμογές για κινητά, υπηρεσίες βάσει τοποθεσίας), το cloud computing, το Web 2.0 και η επαυξημένη πραγματικότητα. Γνωρίζοντας ότι έως το 2030 ο μισός παγκόσμιος πληθυσμός θα είναι συνδεδεμένος και κινητός, καθίσταται απαραίτητο για τη βιομηχανία τουρισμού και φιλοξενίας να ενσωματώσει τις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ) στις υπηρεσίες της.

Οι ΤΠΕ παρέχουν στρατηγικά εργαλεία για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, δημιουργώντας ευκαιρίες για την ενίσχυση των θετικών επιπτώσεων του τουρισμού και τη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων του στον προορισμό.

2.1 Βιώσιμος Τουρισμός

Η σχέση μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος αντιπροσωπεύει ένα από τα κύρια θέματα στην ημερήσια διάταξη των ταξιδιωτικών πρακτόρων, οι οποίοι έχουν επίγνωση της σημασίας του.

Χάρη στα χαρακτηριστικά του, ο τουρισμός θεωρείται κατάλληλη λύση για την επιδίωξη βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης. Σύμφωνα με το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών και τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ), η αειφόρος ανάπτυξη αντιπροσωπεύει "μια διαδικασία που στοχεύει στην ικανοποίηση των αναγκών του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ανταποκριθούν στις δικές τους".

Αυτή η προσέγγιση μπορεί να εξηγηθεί χρησιμοποιώντας τους τρεις πυλώνες της βιωσιμότητας: οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό. Η

οικονομική βιωσιμότητα συνδέεται με την αποτελεσματικότητα των δραστηριοτήτων των εταιρειών μακροπρόθεσμα· η κοινωνική βιωσιμότητα αναφέρεται στην προσφορά ίσων ευκαιριών, στον σεβασμό των διαφορετικών πολιτισμών, στη μείωση των διακρίσεων και της φτώχειας, ενώ η περιβαλλοντική βιωσιμότητα συνδέεται με τη σωστή διαχείριση των σπάνιων πόρων, ιδίως των μη ανανεώσιμων.

Μια διαδικασία βιώσιμου τουρισμού θα πρέπει να λαμβάνει «πλήρως υπόψη τις τρέχουσες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις της, ανταποκρινόμενη στις ανάγκες των επισκεπτών, της βιομηχανίας, του περιβάλλοντος και των κοινοτήτων υποδοχής».

Αν και σχεδόν όλοι οι τουρίστες ισχυρίζονται ότι υποστηρίζουν την ιδέα του βιώσιμου τουρισμού, μόνο ένα μικρό μέρος τους υιοθετεί μια βιώσιμη συμπεριφορά κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Συνήθως, οι εταιρείες και οι δημόσιοι οργανισμοί είναι πιο φιλικοί προς το περιβάλλον και επικεντρώνονται στην εφαρμογή μεθόδων και τεχνικών για να καταστήσουν τον τουρισμό πιο βιώσιμο. Κατά τη διάρκεια των διακοπών, η προσοχή των τουριστών επικεντρώνεται στην εμπειρία ενός υψηλού επιπέδου άνεσης, ή τουλάχιστον υψηλότερου από αυτό της καθημερινής ζωής. Σε αυτή την περίπτωση, είναι δύσκολο να τους πείσουμε να υιοθετήσουν μια πιο βιώσιμη συμπεριφορά, επειδή θα μπορούσε να θεωρηθεί ως παράγοντας που επηρεάζει αρνητικά το επίπεδο άνεσής τους. Ως εκ τούτου, οι τουρίστες χρειάζονται ένα ισχυρό κίνητρο για να επιλέξουν τύπους μεταφορών με χαμηλές περιβαλλοντικές επιπτώσεις, να επιλέξουν βιώσιμα καταλύματα, να καταναλώνουν λιγότερο νερό και να αγοράσουν εγχώρια προϊόντα.

Ευτυχώς, οι τουρίστες δεν εμπλέκονται σκόπιμα σε συμπεριφορές που θα μπορούσαν να αποδειχθούν επιβλαβείς για το περιβάλλον, επομένως επαρκή κίνητρα και τεχνικές θα μπορούσαν να επηρεάσουν θετικά τη βιώσιμη συμπεριφορά, τη μετάβαση σε έναν πιο βιώσιμο τρόπο ζωής κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Μια λύση θα μπορούσε να είναι η χρήση του Διαδικτύου και των τεχνολογιών που βασίζονται στο Διαδίκτυο. Ο ΠΟΤ

θεωρεί τον τουρισμό και το Διαδίκτυο ως ιδανικούς εταίρους, επειδή ο τελευταίος αντιπροσωπεύει έναν αποτελεσματικό τρόπο παροχής υπηρεσιών και πληροφοριών, αντιμετώπισης μεγάλου αριθμού τουριστών με χαμηλότερο κόστος και, πάνω απ' όλα, ανάπτυξης κατάλληλων διαύλων επικοινωνίας που προωθούν ένα στυλ sustainable living during the holidays.

2.2 Gamification και Βιωσιμότητα

Τον τελευταίο καιρό, η εφαρμογή του μηχανισμού παιχνιδοποίησης έχει οδηγήσει σε μια πιο βιώσιμη προσέγγιση της τουριστικής ανάπτυξης. Αυτή είναι μια τεχνική που περιλαμβάνει την απονομή βραβείων και την προσφορά ψυχαγωγίας ως κίνητρα σε διαφορετικούς ενδιαφερόμενους, προκειμένου να προκληθεί συγκεκριμένη συμπεριφορά από αυτούς. Η τεχνική αυτή έχει τη δυνατότητα να βελτιώσει την τουριστική εμπειρία με καινοτόμο τρόπο, συνδυάζοντας τις τουριστικές υπηρεσίες με στοιχεία παιχνιδιού. Χάρη στα χαρακτηριστικά του, αυξάνει την προστιθέμενη αξία του τουριστικού προϊόντος με βιώσιμο τρόπο και διαφοροποιεί τις εμπειρίες των τουριστών στον προορισμό.

Υπάρχει μια συνέργεια μεταξύ της παιχνιδοποίησης και της βιωσιμότητας, με βάση το γεγονός ότι και οι δύο επικεντρώνονται στις συναισθηματικές αντιδράσεις. Σύμφωνα με τον ΠΟΤ, οι μηχανισμοί παιχνιδιού έχουν τη δυνατότητα να δημιουργούν θετικές εμπειρίες στον τουρισμό - διασκέδαση, ευχαρίστηση, αίσθηση ολοκλήρωσης - και να παρέχουν στους τουρίστες τόσο ψυχαγωγία όσο και ενημέρωση. Επιπλέον, υπάρχει μια καλή πιθανότητα ο τουρίστας να υιοθετήσει μια πιο βιώσιμη συμπεριφορά εάν του δοθεί ένας τρόπος μέτρησης της προόδου του και οι λόγοι για να προχωρήσει (συλλογή πόντων για εκπαιδευτικά κουπόνια, στόχοι που πρέπει να επιτευχθούν, νέα επίπεδα για νέες εγκαταστάσεις) και «ευκαιρία να ανταγωνιστεί με άλλους τουρίστες (κατατάξεις και ειδικά βραβεία για τις καλύτερες βαθμολογίες).

Στον τομέα του τουρισμού, σήμερα μπορούμε να εντοπίσουμε

διαφορετικά θέματα που εμπλέκονται in gamified mechanics: tourists, service providers and platform providers. Therefore, the resulting new ecosystem of services is a context with potential for the application of gamification.

Από την άποψη του χρήστη, η χρήση της παιχνιδοποίησης εξαρτάται από χρηστικά και ηδονικά κίνητρα. Στην πραγματικότητα, η περιέργεια, η διασκέδαση και η κοινωνικοποίηση είναι τα κύρια κίνητρα για τους τουρίστες, μαζί με τη δυνατότητα να ζουν ευχάριστες εμπειρίες και να αντιμετωπίζουν προκλήσεις και στόχους.



Η έννοια της παιχνιδοποίησης έχει τις ρίζες της σε προγράμματα αφοσίωσης ή ανταμοιβής πελατών (για παράδειγμα, συνδρομές και κάρτες πόντων), όπου οι καταναλωτές λαμβάνουν πόντους για εξαργύρωση σε αντάλλαγμα προϊόντων. Οι τουρίστες αναζητούν μοναδικές και αξέχαστες εμπειρίες και η στρατηγική χρήση των ITC και η εξάπλωση των ψηφιακών πλατφορμών συμβάλλουν στη δημιουργία δέσμευσης και αξίας για την εταιρεία και τους τουρίστες. Στο πλαίσιο του τουρισμού, οι ψηφιακές πλατφόρμες διαθέτουν τεχνολογίες προσανατολισμένες στον καταναλωτή και οι δυνατότητες παιχνιδοποίησης έχουν εφαρμοστεί για να προσελκύσουν χρήστες και να

αυξήσουν την αφοσίωσή τους.

Οι εφαρμογές παιχνιδοποιημένου τουρισμού σήμερα διακρίνονται μεταξύ των παιχνιδιών που προωθούν και παρέχουν τουριστικές πληροφορίες σχετικά με την επίσκεψη και εκείνων που βασίζονται στην τοποθεσία, οι οποίες στοχεύουν στην αύξηση της συμμετοχής στην εξερεύνηση του τόπου. Η χρήση του εμπλέκει τους τουρίστες μέσω της φαντασίας και της διασκέδασης, ενισχύοντας την εμπειρία των τουριστών και βυθίζοντάς τους σε έναν προσομοιωμένο κόσμο ταξιδιού, με πιο συναρπαστικές εμπειρίες. Αυτό το εργαλείο μπορεί να αλλάξει τη συμπεριφορά και να επηρεάσει τις ψυχολογικές ανάγκες ενσωματώνοντας τη διασκέδαση, τον δυναμισμό και τη δέσμευση για τη βελτίωση της αφοσίωσης των πελατών.

Η έννοια της παιχνιδοποίησης επιτρέπει στους τουρίστες να συν-δημιουργούν εμπειρίες δημιουργώντας θετικά συναισθήματα (για παράδειγμα ευημερία) και συμμετοχή αξιοποιώντας ψυχολογικές ανάγκες: αυτονομία, ικανότητα και σχέση, όπως η επιθυμία να είναι μέρος της κοινότητας. Επιπλέον, οι παιχνιδοποιημένοι μηχανισμοί ενθαρρύνουν τους τουρίστες να χρησιμοποιούν ψηφιακές πλατφόρμες δημιουργώντας περιεχόμενο (π.χ. κριτικές) ή παρακινώντας τους μέσω σημάτων. Κατά συνέπεια, δημιουργούν αξία βελτιώνοντας την απόδοση των προμηθευτών και διασφαλίζοντας την ποιότητα της προσφερόμενης υπηρεσίας.

Από την άποψη των παρόχων υπηρεσιών, συμβάλλει στην κατάρτιση των εργαζομένων και επιτρέπει την εκπαίδευση των καταναλωτών.

Μέσω της παιχνιδοποίησης, οι τουριστικές εταιρείες δημιουργούν διασκεδαστικές και ελκυστικές τουριστικές εμπειρίες, δημιουργώντας ικανοποίηση και κέρδος και συμβάλλοντας στην αύξηση της αφοσίωσης των πελατών. Παρά τα πιθανά οφέλη, η υιοθέτηση της παιχνιδοποίησης μεταξύ των παρόχων τουριστικών υπηρεσιών είναι πολύ περιορισμένη. Προέκυψε ότι οι πάροχοι τουριστικών υπηρεσιών αντιμετωπίζουν προκλήσεις στον σχεδιασμό παιχνιδοποιημένων πρωτοβουλιών ή

υπηρεσιών λόγω του κόστους του έργου και των δυσκολιών μέτρησης των αποτελεσμάτων τους.



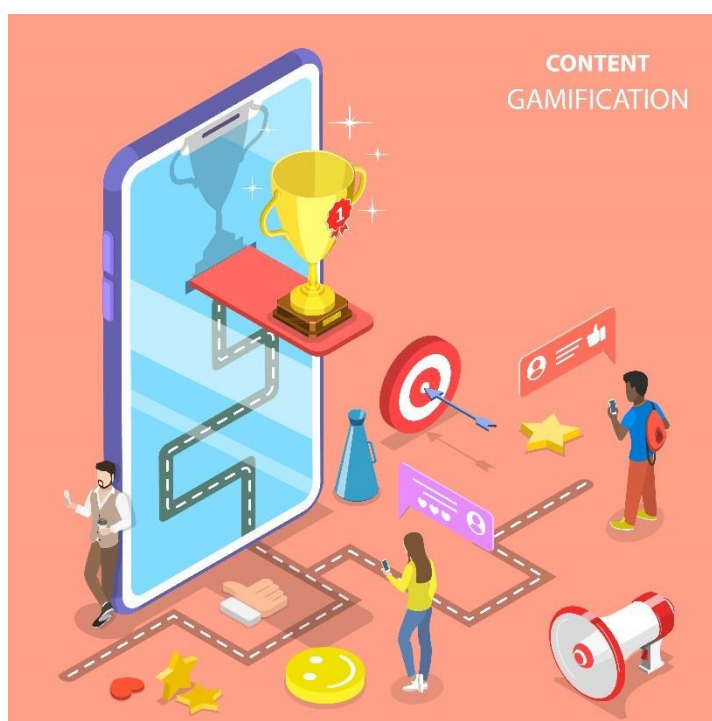
Ωστόσο, οι πάροχοι τουριστικών υπηρεσιών πρέπει να προσπαθούν συνεχώς να βελτιώνουν την τουριστική εμπειρία. Για παράδειγμα, η πλατφόρμα της Airbnb καθοδηγεί τη συμπεριφορά των οικοδεσποτών (παρόχων υπηρεσιών) και δημιουργεί μια σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ οικοδεσποτών και επισκεπτών μέσω μηχανισμών παιχνιδιοποίησης, δηλαδή παρέχοντας σήματα και πόντους στους οικοδεσπότες όταν παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες. Το πρόγραμμα «Superhost», μάλιστα, στοχεύει στη δημιουργία κινήτρων που εγγυώνται τη συμμετοχή των οικοδεσποτών και τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών, ικανοποιώντας τις ανάγκες των επισκεπτών. Σκοπός του σήματος είναι να ensure that hosts are committed to providing performance that meets high standards of service.

Όλες αυτές οι δυναμικές είναι δυνατές χάρη στην αυξανόμενη διάδοση των συστημάτων ΤΠΕ που έχει ευνοήσει τη διανομή και την ενσωμάτωση στοιχείων παιχνιδιών σε ψηφιακές πλατφόρμες. Με αυτό το εργαλείο, οι τουριστικές επιχειρήσεις βελτιώνουν τη συμμετοχή κατά τη διάρκεια της εμπειρίας επίσκεψης και τις γνώσεις τους για τον προορισμό, καθιστώντας τους πιο ενημερωμένους για τους τοπικούς πόρους. Η εφαρμογή μηχανισμών παιχνιδιών σε ψηφιακές πλατφόρμες καθιστά δυνατή την προσέλκυση και διατήρηση μεγαλύτερου αριθμού επισκεπτών στην πλατφόρμα και παρέχει στους παρόχους υπηρεσιών μεγάλο όγκο δεδομένων σχετικά με τις προτιμήσεις, τις αντιλήψεις, τις ανατροφοδοτήσεις και τις διαδρομές επίσκεψης των τουριστών. Οι πάροχοι υπηρεσιών παρακινούνται να συμμετάσχουν προκειμένου να διατηρήσουν τους τουρίστες, οι οποίοι εμπλέκονται στον προορισμό λαμβάνοντας πληροφορίες σχετικά με τον τουριστικό ιστότοπο.

Υπάρχουν διάφοροι λόγοι που επηρεάζουν τους χρήστες να χρησιμοποιούν παιχνιδοποιημένες εφαρμογές, όπως η επιθυμία για σχέση, φιλία και υποστήριξη μεταξύ των μελών της κοινωνικής κοινότητας. Άλλα στοιχεία που συμβάλλουν στη συμμετοχή των χρηστών στην παιχνιδοποιημένη μηχανική είναι:

- Η επιθυμία να βυθιστείτε και να αποδράσετε σε έναν κόσμο φαντασίας
- Η επιθυμία για πόνο, χρησιμοποιώντας άλλους παίκτες για τους δικούς του στόχους σκοτώνοντας ή εξαπατώντας άλλους
- Η επιθυμία για επιτυχία και δύναμη, επιτυγχάνοντας τους στόχους που ορίζονται από το παιχνίδι
- Η επιθυμία για ηγεσία
- Η επιθυμία να ζήσετε μια κοινή εμπειρία, νιώθοντας μέρος μιας κοινότητας παικτών και την απόκτηση φήμης μέσα σε αυτό

Στο πλαίσιο του τουρισμού, η παιχνιδοποίηση χρησιμοποιείται για την ευαισθητοποίηση των τουριστών σε θέματα οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας, προωθώντας βιώσιμες τουριστικές πρακτικές. Αυτοί οι μηχανισμοί παιχνιδιών παράγουν πληροφορίες που ενθαρρύνουν τους τουρίστες να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τους πόρους και να βελτιώνουν τη φήμη του τουριστικού προορισμού δημιουργώντας κοινωνική αλληλεπίδραση με τις τοπικές κοινότητες. Αντίθετα, οι χρήστες μπορούν να αντισταθούν στην αλλαγή της συμπεριφοράς τους για την προώθηση της βιωσιμότητας, ειδικά κατά τη διάρκεια των διακοπών.



Ωστόσο, μέσω της μηχανικής του παιχνιδιού, είναι δυνατόν να επιτευχθούν οι στόχοι της οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής βιωσιμότητας αυξάνοντας την ευαισθητοποίηση μεταξύ των χρηστών. Η αντίληψη της χρησιμότητας, της ευκολίας χρήσης και της διασκέδασης της εφαρμογής είναι απαραίτητη για να επηρεάσει τους τουρίστες και να καθοδηγήσει τη συμπεριφορά τους. Η παιχνιδοποίηση βελτιώνει την αποδοτική χρήση των πόρων και προωθεί βιώσιμες συμπεριφορές όπως η χωριστή συλλογή. Αυτοί οι μηχανισμοί ενισχύουν την οικονομική βιωσιμότητα αυξάνοντας την αφοσίωση των πελατών και την αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας και δημιουργώντας αλληλεπιδράσεις

που εμπλέκουν τους χρήστες σε φιλανθρωπικές πράξεις

Μελέτες σχετικά με το θέμα της βιώσιμης συμπεριφοράς έχουν επισημάνει μια θετική αλλαγή στη συμπεριφορά των χρηστών, αποδεικνύοντας ότι η χρήση της παιχνιδοποίησης δημιουργεί χρηστικά και ηδονικά οφέλη. Οι μηχανισμοί του παιχνιδιού βελτιώνουν τη διαδικασία επίσκεψης σε τουριστικά αξιοθέατα, παρέχουν στους τουρίστες πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο ανακύκλωσης, τους εκπαιδεύουν σχετικά με αυτές τις βιώσιμες πρακτικές και τους ενθαρρύνουν να διαδώσουν αυτές τις συνήθειες / συμπεριφορές στην κοινότητά τους.

Οι ΤΠΕ θεωρούνται ισχυρό εργαλείο που χρησιμοποιείται για τη βελτίωση της βιωσιμότητας στην περίπτωση των δημόσιων και ιδιωτικών εταιρειών. Μεταξύ όλων των τύπων εφαρμογών ΤΠΕ, οι υπηρεσίες βάσει τοποθεσίας αναγνωρίζονται ως μία από τις κύριες πηγές τουριστικής βιωσιμότητας. Αυτός ο τύπος εφαρμογών, συμπεριλαμβανομένων των εργαλείων παιχνιδοποίησης που τις χρησιμοποιούν, θα δημιουργήσει σημαντικά οφέλη για την κοινότητα προορισμού:

- Αύξηση της αποδοτικότητας της κατανάλωσης πόρων με την παροχή πληροφοριών σε τουρίστες
- Βελτίωση της διαχείρισης των τουριστικών ροών (για παράδειγμα, μείωση της διάρκειας των ουρών αναμονής, κυκλοφοριακή συμφόρηση)
- Υποστήριξη επαρκούς αλληλεπίδρασης μεταξύ των μελών των τοπικών κοινοτήτων and τουριστών
- Μείωση της φυσικής υποβάθμισης του περιβάλλοντος και υποστήριξη της βιοποικιλότητας

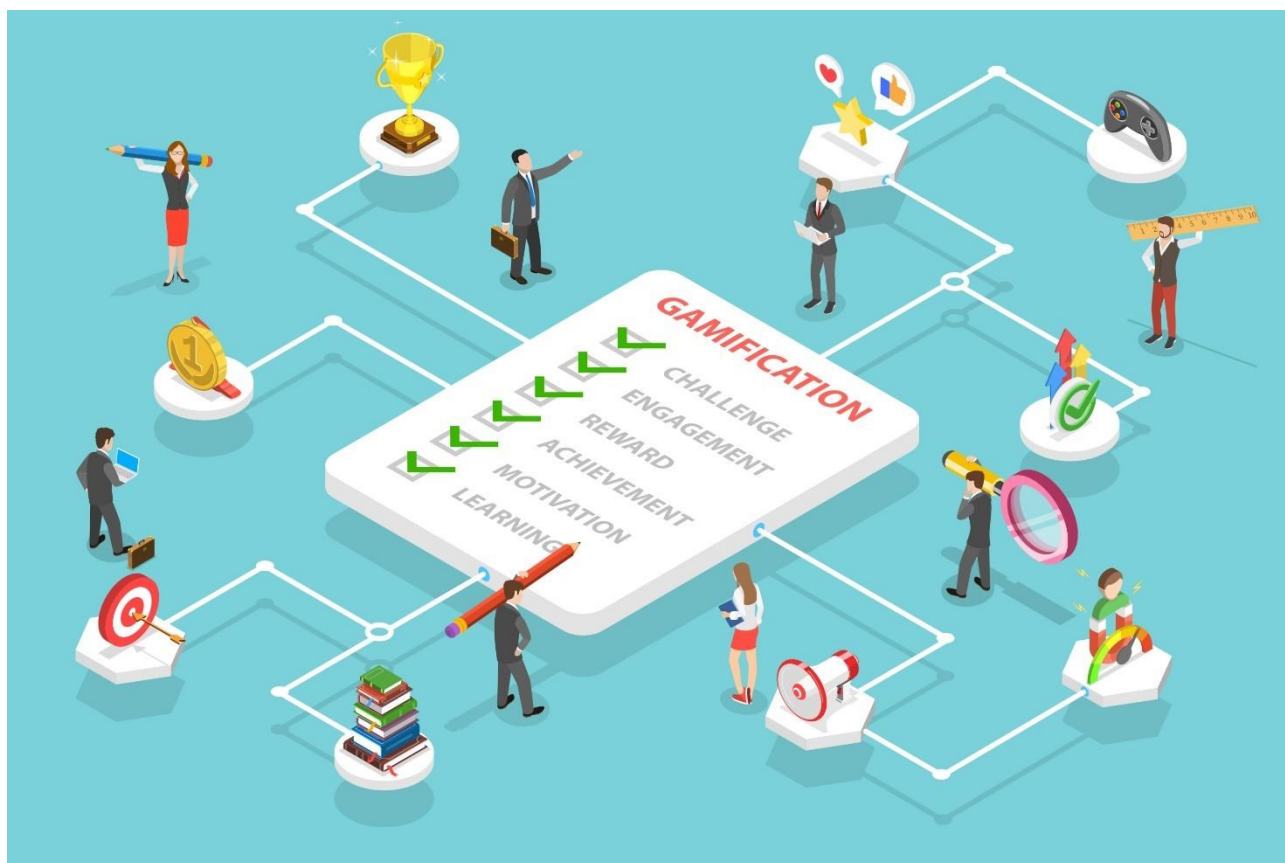
Η σχέση μεταξύ ΤΠΕ και βιώσιμου τουρισμού είναι συμβιωτική, καθώς

τα εργαλεία πληροφορικής συμβάλλουν σημαντικά στη βελτίωση των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού.

Υπό αυτή την έννοια, το ΤΠΕ αντιπροσωπεύει έναν τρόπο βελτίωσης της διαχείρισης και του ελέγχου του οργανισμού, διευκολύνουν τον εντοπισμό περιβαλλοντικά ευαίσθητων περιοχών και παρέχει πληροφορίες στους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων, προσφέροντας στην κοινότητα την ευκαιρία να προστατεύσει και να προωθήσει τους δικούς της ενδογενείς πόρους.

Η παιχνιδοποίηση αντιπροσωπεύει τη σκόπιμη χρήση των στοιχείων του παιχνιδιού για μια παιχνιδιάρικη εμπειρία μη παιχνιδιάρικων εργασιών και πλαισίων. Συσχετίζοντας τις έννοιες της βιωσιμότητας και της παιχνιδοποίησης, πιστεύεται ότι οι εφαρμογές βιωσιμότητας επιδιώκουν να υποστηρίξουν και να ενθαρρύνουν βιώσιμες συμπεριφορές, όπως η μείωση της ποσότητας των χρησιμοποιούμενων πόρων, η επένδυση σε πρωτοβουλίες ανακύκλωσης και μορφές ανανεώσιμης ενέργειας και η επαναχρησιμοποίηση υλικών όπου είναι δυνατόν.

Ως εκ τούτου, η παιχνιδοποίηση μπορεί να επικεντρωθεί σε επιχειρηματικές διαδικασίες ή αποτελέσματα με στόχο την αλλαγή ή τη συμμετοχή συγκεκριμένων συμπεριφορών εργαζομένων, πελατών ή κοινοτήτων ενδιαφέροντος. Οι εταιρείες τουρισμού και φιλοξενίας μπορούν να συνδυάσουν στοιχεία παιχνιδιού και να τα χρησιμοποιήσουν για να προκαλέσουν ορισμένες συμπεριφορές. Έχουν τη δυνατότητα να ωθήσουν τους τουρίστες να μειώσουν το επίπεδο της σπατάλης ενέργειας και νερού, να χρησιμοποιήσουν τα μέσα μαζικής μεταφοράς ή να αξιολογήσουν τις υπηρεσίες κ.λπ..



Οι κύριοι στόχοι της παιχνιδοποίησης είναι η προώθηση, η ανάπτυξη και η διαμόρφωση ενός βιώσιμου τουριστικού πλαισίου για ολόκληρη την κοινότητα. Δεδομένου ότι η αειφόρος ανάπτυξη δεν μπορεί να επιτευχθεί χωρίς τη συμμετοχή μεγαλύτερου αριθμού μελών της κοινωνίας: οι τουρίστες, οι κάτοικοι και οι εργαζόμενοι έχουν γίνει η ομάδα-στόχος που οι τοπικές αρχές ή τα πολιτιστικά ιδρύματα προσπάθησαν να εμπλέξουν σε διάφορες δράσεις μέσω της παιχνιδοποίησης.

Η εικονική αλληλεπίδραση και ο μηχανισμός του παιχνιδιού αντιπροσωπεύουν ένα τέλειο περιβάλλον για τη συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μερών του τουρισμού σε υπεύθυνη συμπεριφορά.

Οι κύριες αλλαγές συμπεριφοράς που στόχευαν μέσω της παιχνιδοποίησης ήταν:

- Ευαισθητοποίηση των τουριστών και των κατοίκων της περιοχής σχετικά με την ανάγκη για βιώσιμη κατανάλωση. Κατοίκους;

- Υπεύθυνη κατανάλωση κατά τη διάρκεια των διακοπών;
- Εξοικονομήστε ενέργεια και μειώστε τα απόβλητα;
- Συμμετοχή σε φιλανθρωπικές δράσεις.

3. ΠΑΙΧΝΙΔΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Τα ταξίδια εξελίσσονται μέσα από νέες έννοιες, καθώς η κοινή οικονομία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παράγουν συστημικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο κατανοούμε τις σχέσεις μεταξύ του περιβάλλοντος και των τουριστών. Επιπλέον, πολλοί τουρίστες χρησιμοποιούν ψηφιακές τεχνολογίες και είναι πιο δεκτικοί σε συστάσεις από άλλους ταξιδιώτες, συγγενείς και φίλους. Ζητούν επίσης βιώσιμα τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες και εξατομικευμένες εμπειρίες. Επιπλέον, η μείωση της αγοραστικής δύναμης οδήγησε τους πολίτες να εξετάσουν το ενδεχόμενο κοινής χρήσης πόρων, με αποτέλεσμα την αύξηση της συνεργατικής οικονομίας.

Η αρνητική αντίληψη των κατοίκων σε προορισμούς με τουριστικό υπερπληθυσμό εκδηλώνεται με ανησυχίες διαφορετικής φύσης, συμπεριλαμβανομένου του φόβου απώλειας ταυτότητας, της αύξησης των τιμών και της αύξησης των υποδομών που προορίζονται για τον τουρισμό εις βάρος εκείνων που προορίζονται για τους κατοίκους. Επιπλέον, υπάρχουν φόβοι για έλλειψη προσβάσιμων καταλυμάτων λόγω της ανάπτυξης συνεργατικών πλατφορμών και συμφόρησης από ημερήσιους ταξιδιώτες, όπως ο αντίκτυπος του τουρισμού κρουαζιέρας στο περιβάλλον.

Επιπλέον, αν και ο τουρισμός παράγει πλούτο, έχει επίσης αρνητικές επιπτώσεις στην τοπική οικονομία, αυξάνοντας τον πληθωρισμό και προσφέροντας γενικά ανειδίκευτο είδος εργασίας. Από την άλλη, αν και μερικές φορές αποτελεί ένδειξη ευημερίας, άλλες φορές προκαλεί εξαθλίωση λόγω της άνισης κατανομής των παροχών και της έλλειψης

αναγνώρισης των προσόντων των εργαζομένων.

Ορισμένοι προορισμοί λαμβάνουν ήδη μέτρα για τον έλεγχο του συνωστισμού. Το Ντουμπρόβνικ και η Σαντορίνη περιορίζουν την πρόσβαση των επιβατών κρουαζιέρας. Το Άμστερνταμ και η Βενετία χρησιμοποιούν την τεχνολογία για να αποφύγουν τη συμφόρηση σε πραγματικό χρόνο, ενημερώνοντας τους τουρίστες για τον υπερπληθυσμό που συμβαίνει σε ορισμένα μέρη και παρέχοντας πληροφορίες για λιγότερο κορεσμένες εναλλακτικές επισκέψεις. Σύμφωνα με τους ειδικούς, οι τιμές μπορεί να είναι ένα άλλο μέτρο για την εξισορρόπηση της προσφοράς και της ζήτησης. Μια προτεινόμενη μέθοδος περιλαμβάνει την τμηματοποίηση των ποσοστών με βάση τον τύπο του επισκέπτη ή την ώρα της ημέρας.

Ορισμένοι προορισμοί ορίζουν ακόμη και ένα ποσό για να διασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους. Μεταξύ των προβλημάτων που αντιμετώπισαν οι δήμοι υπερφορτωμένων τουριστικών προορισμών είναι η ένταξη των επισκεπτών στο οικοσύστημα ανακύκλωσης.

Η ανησυχία για τη διατήρηση επαρκούς βιωσιμότητας καθιστά την ιδέα της προώθησης φιλοπεριβαλλοντικών συμπεριφορών ένα σχετικό κανάλι για την επίτευξη αυτού του στόχου. Η κινητικότητα των τουριστών δημιουργεί πιεστικό πρόβλημα σε πόλεις με κυμαινόμενο πληθυσμό σημαντικά υψηλότερο από τον μόνιμο.

Οι τελικοί στόχοι της παιχνιδοποίησης της σχέσης μεταξύ τουριστικών οργανισμών και τουριστών συνδέονται κυρίως με την οικονομική διάσταση της βιωσιμότητας: πιο πιστοί πελάτες, μεγαλύτερη συχνότητα κατανάλωσης, μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα του brand ή ανάπτυξη νέων προϊόντων. Οι τουρίστες και οι πελάτες των εγκαταστάσεων διαμονής αντιπροσωπεύουν την ομάδα-στόχο των παικτών, καθώς οι εταιρείες ενδιαφέρονται να καθορίσουν συγκεκριμένες αλλαγές συμπεριφοράς που θα οδηγήσουν σε αύξηση της κερδοφορίας. Η παιχνιδοποίηση αυξάνει την ικανοποίηση των τουριστών, καθώς διευκολύνει την πρόσβαση σε πρόσθετες ευκαιρίες και υπηρεσίες στον προορισμό - εξατομικευμένα προϊόντα, περισσότερες πληροφορίες, κοινωνική αναγνώριση, καλύτεροι

τρόποι χρήσης του χρόνου ταξιδιού, περισσότερη εικονική αλληλεπίδραση με άλλους τουρίστες από αυτόν τον προορισμό κ.λπ.

Οι θετικές εξωτερικότητες στην κοινωνική διάσταση της βιωσιμότητας μπορούν να προκύψουν από τις αλλαγές συμπεριφοράς των τουριστών ή από τις δομές που δημιουργούνται για αυτούς:

- Μαθησιακά αποτελέσματα τόσο για τους τουρίστες όσο και για τους κατοίκους
- Συμμετοχή των τουριστών σε φιλανθρωπικές πράξεις ή τουριστικές δραστηριότητες με στόχο τη μείωση της φτώχειας και την επίτευξη θετικών αλλαγών στους τόπους όπου οι κάτοικοι ζουν
- Βελτίωση της υποδομής ITC του προορισμού, με τη δυνατότητα των κατοίκων να επωφελούνται από αυτό για προσωπική χρήση
- Εγκαταστάσεις για τουρίστες με ειδικές ανάγκες θα είναι διαθέσιμες για κατοίκους με ειδικές ανάγκες κ.λπ..

Επιπλέον, υπάρχει θετική περιβαλλοντική εξωστρέφεια, διότι, γενικά, τα ψηφιακά μέσα μειώνουν τη χρήση φυσικών πόρων για την παραγωγή και τη διανομή σε σύγκριση με την εκτύπωση, αλλά, από την άλλη πλευρά, σε επίπεδο καταναλωτών, συνεπάγονται αύξηση της ενέργειας λόγω της χρήσης ηλεκτρονικών συσκευών.

Ορισμένες εφαρμογές παιχνιδοποίησης έχουν ως στόχο να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των επισκεπτών ή των τουριστών και να προωθήσουν τη βιώσιμη κατανάλωση. Η χρήση της μηχανικής παιχνιδιών μπορεί να ενθαρρύνει το ενδιαφέρον για τη βιωσιμότητα και τη βιωσιμότητα του τουρισμού. Μελέτες που συγκρίνουν την κατανάλωση πόρων (νερό, ενέργεια, τρόφιμα, φυσικό αέριο κ.λπ.) κατά τη διάρκεια των διακοπών με την καθημερινή ζωή υπογραμμίζουν ένα έντονο επίπεδο κατανάλωσης και σπατάλης κατά τη διάρκεια των διακοπών. Ως εκ τούτου, η ευαισθητοποίηση σχετικά με τη βιώσιμη κατανάλωση κατά τη

διάρκεια των διακοπών και η δημιουργία εργαλείων για τη βελτίωση ή την τροποποίηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των τουριστών θα μπορούσε να αποτελέσει σημαντική συμβολή της παιχνιδοποίησης στην ανάπτυξη βιώσιμου τουρισμού.

Από αυτή την άποψη, ένα εξαιρετικό παράδειγμα είναι η ιδέα της πλατφόρμας πόλης του Αϊντχόβεν (Ολλανδία) για τη μείωση των εκπομπών άνθρακα σε έναν προορισμό. Αυτό απαιτεί τη συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, των επιχειρήσεων και των τουριστών.

Το σύστημα περιλαμβάνει κοινωνική αλληλεπίδραση μέσω παιχνιδιών και πόντων κινήτρων. Η ιδέα είναι πολύ απλή: οι επισκέπτες που χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής μεταφοράς κερδίζουν πόντους και τους χρησιμοποιούν για να λάβουν εκπτώσεις σε εστιατόρια, μπαρ, μουσεία ή μειωμένο τουριστικό φόρο κ.λπ. Η πλατφόρμα προσφέρει στους επισκέπτες και τους πολίτες ανώτερες λύσεις εξυπηρέτησης για βιώσιμο τουρισμό και, ταυτόχρονα, λειτουργεί ως εργαλείο για τη σύνδεση των ανθρώπων και τη δυνατότητα να ενεργούν ενάρετα ως κοινωνική κοινότητα.

Η έννοια αυτή μπορεί επίσης να εφαρμοστεί σε ευαίσθητα ζητήματα όπως η κατανάλωση νερού, η μείωση των αποβλήτων ή η εξοικονόμηση ενέργειας.

3.1 Εφαρμογή αποβλήτων

Ένα από τα κύρια προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τουριστικές πόλεις είναι η έλλειψη πληροφοριών σχετικά με τους κάδους ανακύκλωσης και τους χώρους ανακύκλωσης. Τα άτομα φαίνεται να γνωρίζουν καλά την ανάγκη ανακύκλωσης και γενικά να το κάνουν αν ξέρουν πώς να το κάνουν. Η νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες είναι αποδεκτή από τους πολίτες ως δραστηριότητα που αξίζει να αναληφθεί, εφόσον υπάρχουν τα μέσα για τον σκοπό αυτό.

Η συμπεριφορά ανακύκλωσης των τουριστών είναι ένα πρόβλημα που

αντιμετωπίζουν ορισμένες ευρωπαϊκές πόλεις που υποφέρουν από έναν εποχιακό τουρισμό που προκαλεί την αύξηση του πλωτού πληθυσμού πολύ πάνω από τον μόνιμο. Το πρόβλημα αυτό επηρεάζει την ποιότητα ζωής, όχι μόνο των επισκεπτών αλλά και των συνήθων κατοίκων αυτών των περιοχών.

Μεταξύ των θεμάτων που επισημάνθηκαν είναι η έλλειψη πληροφόρησης σχετικά με τα σημεία ανακύκλωσης, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι οι τουρίστες αισθάνονται απαλλαγμένοι από τους κοινωνικούς κανόνες όταν βρίσκονται σε διακοπές και εκτός του συνήθους περιβάλλοντός τους, δημιουργώντας προβλήματα σε συγκεκριμένους τομείς όπως η συσσώρευση και η αδιάκριτη ανάμειξη αποβλήτων.

Το έργο UrbanWaste, μεταξύ άλλων πρωτοβουλιών, σκοπεύει να διορθώσει αυτή την κακή εικόνα του προορισμού και να βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι οι ταξιδιώτες χρησιμοποιούν τα μέσα που η πόλη θέτει στη διάθεσή τους και τα οποία, κατά συνέπεια, προωθούν τη φήμη της πόλης. Μέσω της αποδοτικής χρήσης των πόρων, ο έξυπνος τουρισμός αναμένεται να έχει θετική επίδραση στη βιωσιμότητα του προορισμού. Για αυτό, εκμεταλλεύεται την επίμονη χρήση που κάνουν οι ταξιδιώτες στα smartphones κατά την επίσκεψή τους. Χρησιμοποιήστε αυτήν την περίσταση ως συμμαχία για την προώθηση φιλο-περιβαλλοντικής συμπεριφοράς.

Η εφαρμογή WasteApp, που βασίζεται στην παιχνιδοποίηση, στοχεύει στην ενθάρρυνση και ενεργοποίηση μηχανισμών που παράγουν μια συνήθεια ανακύκλωσης συμπεριφοράς στους επισκέπτες.



Visual from: www.urban-waste.eu

Το έργο αυτό πλαισιώθηκε στο πλαίσιο του βιώσιμου τουρισμού μέσω συμπεριφορών ανακύκλωσης, στο πλαίσιο της ερευνητικής πρωτοβουλίας H2020 με επικεφαλής μια κοινοπραξία 11 πόλεων (Λευκωσία, Συρακούσες, Σανταντέρ, Πόντα Ντελγάδα, Λισαβόνα, Τενερίφη, Ντουμπρόβνικ, Νίκαια, Κοπεγχάγη, Καβάλα και Φλωρεντία), που ονομάζεται UrbanWaste.

Μία από τις ερευνητικές προτάσεις αφορούσε την ανάπτυξη μιας παιχνιδοποιημένης εφαρμογής, της WasteApp, βασισμένης στον γεωεντοπισμό για την προώθηση της συμπεριφοράς ανακύκλωσης των τουριστών μέσω μιας σειράς βραβείων.

Αυτό το τμήμα του έργου χωρίστηκε σε τρεις κύριες φάσεις. Πρώτον, η εφαρμογή ορίστηκε και βελτιώθηκε με ανατροφοδότηση από μια τεχνική ομάδα εστίασης. Στη συνέχεια, μια σειρά από τέσσερις επιλεγμένες πιλοτικές πόλεις χρησιμοποιήθηκαν για να δοκιμαστεί η πρόθεση χρήσης της εφαρμογής από μια ομάδα δυνητικών χρηστών. Αυτά τα αποτελέσματα χρησιμοποιήθηκαν για τη βελτίωση της εφαρμογής πριν από την εφαρμογή της τελικής έκδοσης, που δοκιμάστηκε με τουρίστες που συμμετείχαν σε ένα πείραμα πεδίου που διεξήχθη στις επιλεγμένες πιλοτικές πόλεις.

Απευθύνεται σε τουρίστες που επιδιώκουν έναν τριπλό στόχο: αφενός, αποσκοπεί στην ευαισθητοποίηση των τουριστών στη σωστή χρήση των υποδομών για τη χωριστή συλλογή αποβλήτων· από την άλλη πλευρά, πρόκειται για τη χρήση της εφαρμογής ως πλατφόρμας εκτεταμένης συλλογής δεδομένων για περαιτέρω ανάλυση της συμπεριφοράς των τουριστών στη χωριστή συλλογή. Επιπλέον, αυτή η εφαρμογή παρέχει πληροφορίες σχετικά με τους τουρίστες και συλλέγει παράπονα χρηστών. Τέλος, προσπαθεί να ενημερώσει τον χρήστη για τις πολιτικές και τις μεθόδους ανακύκλωσης σε κάθε πόλη, αναφέροντας τα σημεία συλλογής απορριμμάτων, τους χρόνους συλλογής και άλλα δεδομένα που ενδιαφέρουν τον τουρίστα.

Η εφαρμογή ακολουθεί ένα παράδειγμα που βασίζεται στην παιχνιδοποίηση για την επίτευξη των υποδεικνυόμενων στόχων. Η προτεινόμενη παιχνιδοποίηση βασίζεται στην απόκτηση πόντων που μπορούν να ανταλλαχθούν με βραβεία στις πιλοτικές πόλεις της κοινοπραξίας UrbanWaste. Οι μηχανισμοί για την απόκτηση πόντων είναι η ανάγνωση κωδικών QR (Quick Response) που βρίσκονται στους κάδους απορριμμάτων των πόλεων και η ανάρτηση σχολίων στα κοινωνικά δίκτυα χρησιμοποιώντας το hashtag του έργου. Αυτά τα καλάθια εμφανίζονται σε χάρτη που παρέχεται από την εφαρμογή. Επιπλέον, κάθε πόλη έχει μια προσφορά ανταμοιβών που οι τουρίστες μπορούν να ανταλλάξουν με τους αντίστοιχους πόντους.

Η παιχνιδοποιημένη εφαρμογή αναπτύχθηκε χρησιμοποιώντας το πρότυπο MDA (μηχανική, δυναμική, αισθητική). Ο σχεδιασμός στρώθηκε σε επίπεδα. Πρώτον, ένα μηχανικό επίπεδο ασχολήθηκε με αλγοριθμικές σχέσεις και δομές δεδομένων. Δεύτερον, ένα δυναμικό επίπεδο ασχολήθηκε με τη χρήση της μηχανικής από τον χρήστη και τις αλληλεπιδράσεις με τις εσωτερικές δομές του ίδιου του παιχνιδιού. Τέλος, ένα επίπεδο «αισθήσεων» συνδέθηκε άμεσα με τον απώτερο στόχο του παιχνιδιού: να προκαλέσει μια συναισθηματική αντίδραση από τον χρήστη. Σε αυτή την περίπτωση, ο στόχος συνδέεται άμεσα με τρεις πρωταρχικούς μηχανισμούς: τη σιωπηρή ανταμοιβή της γνώσης για να συμβάλει στη βιωσιμότητα του τόπου επίσκεψης, την απόκτηση πόντων

και, τέλος, την ανταμοιβή που λαμβάνεται.

Το παιχνίδι πρέπει να τρέξει στα πιο ευρέως κατανεμημένα λειτουργικά συστήματα για κινητά τηλέφωνα και κάθε πόλη έχει ερευνηθεί ανεξάρτητα. Η φιλοσοφία του παιχνιδιού βασίζεται σε μια στρατηγική ανταμοιβής πόντων στην οποία οι χρήστες λαμβάνουν πόντους διαβάζοντας κωδικούς QR που βρίσκονται σε κάδους απορριμμάτων.

Οι αισθήσεις που πρέπει να προκληθούν στον χρήστη είναι οι εξής: χρησιμότητα, πρόκληση (για χρήστες που αναζητούν ανταμοιβές) και κοινωνική / οικολογική συνείδηση. Οι προτεινόμενοι μηχανισμοί περιελάμβαναν την παροχή στους χρήστες πληροφοριών σχετικά με τις εγκαταστάσεις συλλογής αποβλήτων σε διαδραστικό χάρτη, κωδικών QR σε κάδους απορριμμάτων σε σημεία πρόσβασης, ενός καταλόγου βραβείων για κάθε πόλη και ορισμένων οικολογικών συμβουλών (οικολογικές συμβουλές σχετικά με τα απόβλητα) που εμφανίζονται στην οθόνη των χρηστών μετά την ανάγνωση των κωδικών QR.



Προκειμένου μια παιχνιδοποιημένη εφαρμογή να αυξήσει την πιθανότητα επίτευξης αλλαγής συμπεριφοράς, είναι σημαντικό να διασφαλιστεί ότι υπάρχει ρυθμιστική επιρροή μεταξύ των μελών μιας ψηφιακής κοινότητας. Με άλλα λόγια, ένα μέλος μπορεί να ξεκινήσει την ανακύκλωση για να φιλοξενήσει τη φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά των υπόλοιπων μελών με τρόπο που παράγει ένα αίσθημα αποδοχής. Από την άλλη, τα στοιχεία του παιχνιδιού δημιουργούν ευκαιρίες για την

κοινωνική διάδοση ιδεών και συμπεριφορών, κάνοντας δράσεις που είναι εγγενώς ιδιωτικές ορατές σε φίλους και συναδέλφους.

Ένα άλλο πλεονέκτημα που μπορούν να προσφέρουν οι παιχνιδοποιημένες εφαρμογές στον παίκτη αντιπροσωπεύεται από συγκεκριμένες πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο ανάπτυξης της δικής τους περιβαλλοντικά συνειδητής συμπεριφοράς. Οι τουρίστες συχνά δεν έχουν πληροφορίες σχετικά με τα πρότυπα και τα χρονοδιαγράμματα της χωριστής συλλογής αποβλήτων στην περιοχή που επισκέπτονται. Η παρέμβαση μπορεί να είναι πιο αποτελεσματική εάν δοθούν στους τουρίστες συγκεκριμένες, εύληπτες οδηγίες που τους ενημερώνουν πώς, πότε και πού να ενεργήσουν.

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, μια παιχνιδοποιημένη εφαρμογή της βιωσιμότητας επιδιώκει να υποστηρίξει και να ενθαρρύνει βιώσιμες συμπεριφορές, όπως η βοήθεια σε συμπεριφορές ανακύκλωσης, η μείωση των αποβλήτων ή η εξοικονόμηση ενέργειας.

Οι πρωτοβουλίες που αναπτύχθηκαν για την προώθηση συμπεριφορών υπέρ του περιβάλλοντος, και ρητά η ανακύκλωση, έχουν σχεδιαστεί ως μεμονωμένα πειράματα (τοποθέτηση ξεχωριστού δοχείου που παράγει ηχητικά και φωτεινά ερεθίσματα όταν συμβαίνει δράση). Ωστόσο, η πρόταση στην οποία εντάσσεται το έργο επιδιώκει να προσεγγίσει μεγαλύτερο αριθμό πολιτών μέσω της εφαρμογής WasteApp, η οποία ενθαρρύνει αυτές τις συμπεριφορές και ενημερώνει για τις κοντινές γειτονιές ανακύκλωσης, χρησιμοποιώντας εργαλεία παιχνιδοποίησης.

Τα εργαλεία τυχερών παιχνιδιών που χρησιμοποιούνται από τις στρατηγικές παιχνιδοποίησης παράγουν στον χρήστη μια κατάσταση που παρακινεί εγγενώς τον πολίτη να επαναλάβει βιώσιμες ενέργειες. με άλλα λόγια, χάρη στην παιχνιδοποίηση σχηματίζεται μια συνήθεια. Αυτή η κατάσταση ροής μπορεί να αντιστοιχεί στην ικανοποίηση του χρήστη.

Επιπλέον, μπορείτε να βρείτε μελέτες υγείας που έχουν δείξει ότι μια νέα συμπεριφορά γίνεται συνήθεια μέσω της επανάληψης. Αυτό σημαίνει

ότι η συχνότητα αυτής της νέας συμπεριφοράς είναι σημαντική και καταλήγει να εμπλέκει τους ανθρώπους στην πρακτική. Το πιο σημαντικό, ο σχηματισμός αυτής της συνήθειας οδηγεί τους ανθρώπους να διατηρήσουν τη δράση μακροπρόθεσμα, ακόμη και χωρίς την ανάγκη να χρησιμοποιηθεί η παιχνιδοποίηση ως κίνητρο.

Η μακροπρόθεσμη αλλαγή συμπεριφοράς θα συμβεί μόνο εάν οι άνθρωποι εκτελούν επανειλημμένα βιώσιμη συμπεριφορά και καταλήγουν να την εσωτερικεύουν. Πρόσφατες έρευνες δείχνουν ότι η παιχνιδοποίηση καταφέρνει να διατηρήσει τη συμπεριφορά υπέρ του περιβάλλοντος με την πάροδο του χρόνου και να παράγει μια μακροπρόθεσμη αλλαγή στη συμπεριφορά.

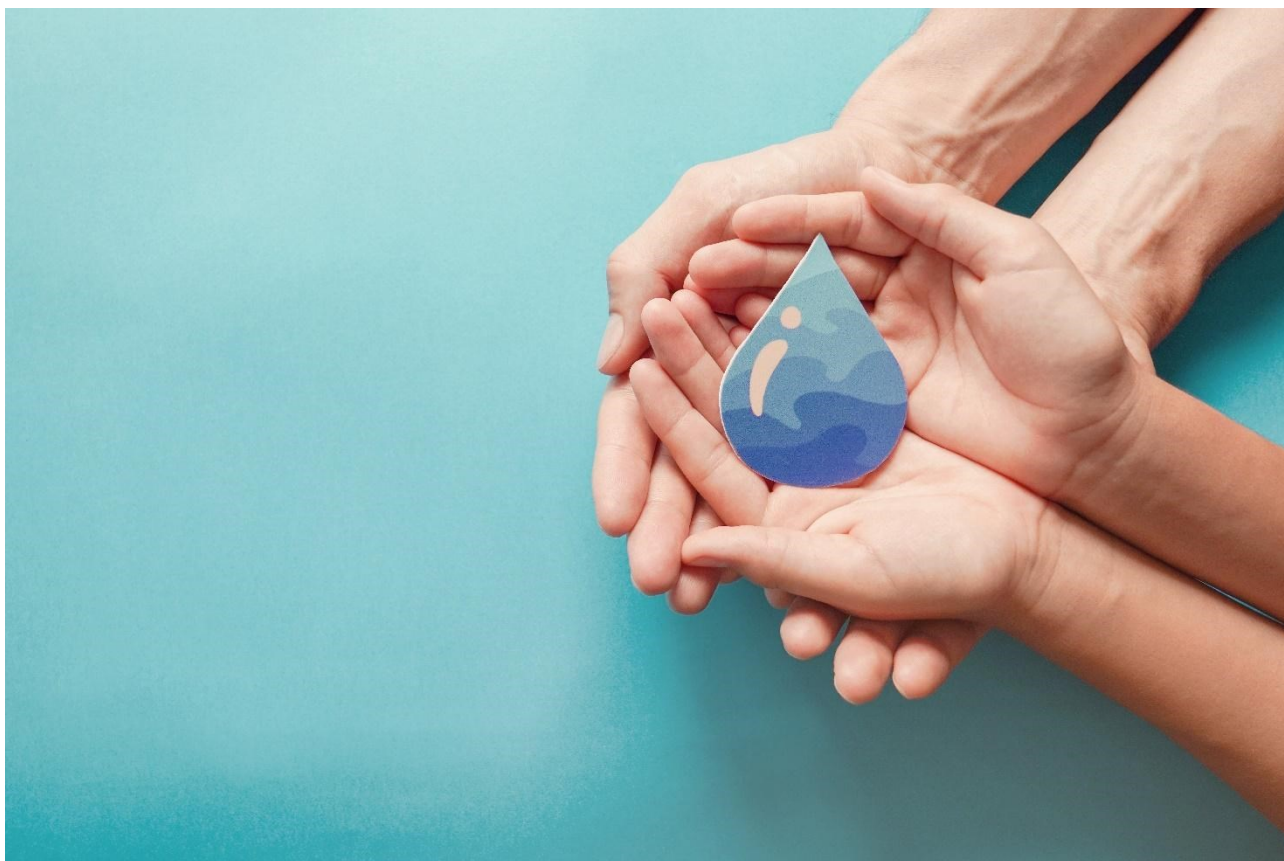
Η ενίσχυση της συμπεριφοράς είναι ένα από τα αποτελέσματα της παιχνιδοποίησης, ένα αποτέλεσμα που φαίνεται να είναι πιο αποτελεσματικό από την τιμωρία. Ως συνέπεια αυτού, παράγεται ένα αιτιώδες αποτέλεσμα: η παιχνιδοποίηση αυξάνει την ικανοποίηση των χρηστών όταν ενημερώνονται τακτικά για την πρόοδό τους και προσφέρεται συνεχής ανατροφοδότηση σχετικά με τους στόχους που επιτυγχάνουν. Αυτό το γεγονός επιτρέπει την αίσθηση της ατομικής υψηλής απόδοσης που ενισχύει τη συμπεριφορά που προωθεί η εφαρμογή.

Τα ψυχολογικά οφέλη, συμπεριλαμβανομένης της ικανοποίησης με την εφαρμογή, οδηγούν σε δέσμευση για χρήση. Με βάση τη θεωρία της προγραμματισμένης συμπεριφοράς, η ικανοποίηση των χρηστών αναμένεται να έχει θετική επίδραση στη συμβολή στη δράση ανακύκλωσης.

3.2 Περιορισμένη στάθμη υδάτων και Ωκεανών

Η διατήρηση του νερού είναι ένα άλλο πλαίσιο στο οποίο οι ερευνητές εξέτασαν εάν η βιωσιμότητα μπορεί να προωθηθεί μέσω παιχνιδοποιημένων παιχνιδιών και εφαρμογών. Σε μια μελέτη που εξέτασε πώς να αυξήσει τη δέσμευση με έναν πίνακα ελέγχου της κοινότητας για να προετοιμαστεί για εκδηλώσεις που σχετίζονται με το

νερό (π.χ. σχεδιασμός διατήρησης νερού κατά τη διάρκεια ξηρασίας), οι ερευνητές συνέκριναν πώς διαφορετικά στοιχεία της παιχνιδοποίησης επηρέασαν πόσο συχνά οι συμμετέχοντες συνδέθηκαν στην πλατφόρμα.



Οι συμμετέχοντες, ιδιαίτερα εκείνοι που ενδιαφέρονται να βοηθήσουν άλλους και να υποστηρίξουν την κοινότητά τους, ανέφεραν ότι παρακινήθηκαν να προετοιμαστούν για εκδηλώσεις που σχετίζονται με το νερό ως απάντηση στη χρήση στοιχείων παιχνιδοποίησης, όπως η απόκτηση πόντων για την ανάγνωση άρθρων που παρέχονται στον πίνακα ελέγχου. Ομοίως, η προσθήκη ενός στοιχείου απεικόνισης υδρομέτρου μέσω μιας εφαρμογής που ταυτόχρονα έθεσε στόχους εξοικονόμησης νερού, παρείχε κίνητρα για συζητήσεις σχετικά με το νερό και επέτρεψε την κοινωνική σύγκριση με άλλους χρήστες οδήγησε σε μείωση της κατανάλωσης νερού.

Επιτραπέζια παιχνίδια όπως η «Κιβωτός του Νερού» έχει βρεθεί ότι αυξάνουν τη γνώση και την αντίληψη της προσωπικής ευθύνης απέναντι

στους υδάτινους πόρους. Ομοίως, έφηβοι που έπαιξαν το Το "Ocean Limited", ένα άλλο παιχνίδι, επέδειξε αυξημένη ικανότητα επίλυσης συνεργατικών προβλημάτων που σχετίζονται με τη θαλάσσια βιωσιμότητα (για παράδειγμα, σχεδιασμός αντίδρασης ή πρόληψη μελλοντικών πετρελαιοκηλίδων).

3.3 Nest

Όσον αφορά την εξοικονόμηση ενέργειας, ένα παράδειγμα είναι ο έξυπνος θερμοστάτης Nest, ο οποίος επιδιώκει να ελέγχει και να διαχειρίζεται τα συστήματα θέρμανσης και ψύξης στο σπίτι. Αυτή η εφαρμογή συνδυάζει τρία στοιχεία δεδομένων: ενσωματωμένους αισθητήρες κίνησης και θερμοκρασίας, τοπικά δεδομένα καιρού και παρατηρήσεις επιβατών στο σπίτι. Σε περίπου μια εβδομάδα, ο Nest δημιουργεί ένα προσαρμοσμένο πρόγραμμα θέρμανσης και ψύξης για κάθε οικογένεια. Ο Nest είναι αισθητικά ευχάριστος, χρησιμοποιεί έναν βραβευμένο εικονικό μηχανισμό «φύλλων» για να ρυθμίσει τη θερμοκρασία σε ενεργειακά αποδοτικά επίπεδα και έχει αρχίσει να επηρεάζει τη συμπεριφορά.

Η συμπεριφορά εξοικονόμησης ενέργειας είναι σημαντική όχι μόνο για τις μονοκατοικίες, αλλά ειδικά για τις κοινές κατοικίες, όπως κατοικίες, φοιτητικές εστίες ή οικιστικές μονάδες, επειδή οι ίδιοι οι κάτοικοι γνωρίζουν ελάχιστα τη χρήση ενέργειας, ενώ οι διαχειριστές ή οι ιδιοκτήτες έχουν υψηλό επίπεδο ενδιαφέροντος για τον έλεγχό της. Καθώς οι ένοικοι δεν έχουν κανένα κίνητρο να εξοικονομήσουν ενέργεια ή να μειώσουν τη σπατάλη πόρων, η παιχνιδοποίηση είναι ένας τρόπος ευαισθητοποίησης σε περιβαλλοντικά ζητήματα.

Οι μηχανισμοί του παιχνιδιού έχουν χρησιμοποιηθεί με επιτυχία για να προσελκύσουν φοιτητές στο Oberlin College και το Πανεπιστήμιο της Νότιας Καλιφόρνιας σε διαγωνισμό για τη μείωση της κατανάλωσης πόρων στις κατοικίες. Ως αποτέλεσμα των δραστηριοτήτων τους, παρασχέθηκε οικολογική ανατροφοδότηση στο διαδίκτυο ή σε κοινές

δημόσιες οθόνες.

4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Το κεφάλαιο εξέτασε τα οφέλη της παιχνιδοποίησης στον τουρισμό και τη φιλοξενία με βάση τους πυλώνες της βιωσιμότητας: οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό. Το αποτέλεσμα είναι ένα πλήρες πλέγμα με τις κύριες επιπτώσεις των τεχνικών παιχνιδοποίησης για διαφορετικούς τύπους ενδιαφερομένων. Η παρούσα μελέτη τοποθετεί το ρόλο της παιχνιδοποίησης για τον τουρισμό και τη φιλοξενία σε ένα ευρύτερο πλαίσιο βιώσιμης ανάπτυξης.

Η παιχνιδοποίηση συμβάλλει στη συνολική τουριστική εμπειρία και μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως διεπαφή μεταξύ τουριστών, οργανισμών και τοπικών κοινοτήτων, για την τόνωση υπεύθυνης και ηθικής συμπεριφοράς. Εκτός από ορισμένες προσεγγίσεις που θεωρούν την παιχνιδοποίηση ως έναν άλλο τρόπο προσέλκυσης τουριστών ή πελατών, υπάρχει ένα ορατό βιώσιμο χαρακτηριστικό: στην πραγματικότητα, ακόμη και αν αυτή η τεχνική είναι αναμφίβολα πολύ αποτελεσματική στην εξασφάλιση οικονομικών οφελών στις βέλτιστες πρακτικές που αναλύθηκαν, έχει επίσης δείξει σημαντικά οφέλη. όσον αφορά την κοινωνική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα.

Φυσικά, το πιο σημαντικό όφελος της παιχνιδοποίησης είναι η αύξηση της αφοσίωσης στην επωνυμία. Ωστόσο, τα αποτελέσματα δεν πρέπει να αξιολογούνται μόνο από την άποψη της ποσότητας των προϊόντων ή των υπηρεσιών που καταναλώνονται, αλλά και από την άποψη της προθυμίας των τουριστών να υιοθετήσουν τις βιώσιμες συμπεριφορές που συνιστώνται από τους παρόχους παιχνιδοποίησης. Κατά συνέπεια, θα εφαρμοστούν ορισμένες αξίες που δημιουργήθηκαν για τη μείωση των αρνητικών περιβαλλοντικών και κοινωνικών επιπτώσεων, ιδίως στην περίπτωση των νεότερων γενεών.

Από την άλλη, η παιχνιδοποίηση των τουριστικών υπηρεσιών έχει θετικό αντίκτυπο στην επικοινωνία και την κοινωνική αλληλεπίδραση,

οδηγώντας σε μια συλλογική ευαισθητοποίηση που είναι εξαιρετικά σημαντική για την ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων. Οι αλλαγές που προκύπτουν - πιο ενημερωμένο και πιο εξειδικευμένο προσωπικό, αυξημένη ικανοποίηση, ακριβέστερη επιχειρηματική στρατηγική σκέψη, πιο θετική στάση των ντόπιων απέναντι στον τουρισμό και τη βιωσιμότητα - οδηγούν σε έναν ικανοποιημένο πελάτη, διασφαλίζοντας τη βιωσιμότητα του τουριστικού οργανισμού. Η άμεση σύνδεση με τους τουρίστες βοηθά τις τοπικές κοινότητες να γνωρίσουν, να προωθήσουν και να ενσωματώσουν τον πολιτισμό τους και τις πολιτιστικές τους αξίες.

Μαζί με πιο εξειδικευμένους υπαλλήλους, η παιχνιδοποίηση συμβάλλει στη βελτίωση της συνολικής εικόνας της πόλης ή της περιοχής, στην ανάπτυξη της συνεργασίας μεταξύ εταιρειών που μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο στην ευημερία ολόκληρης της κοινότητας. Τα καλύτερα αποτελέσματα όσον αφορά τη βελτίωση της βιωσιμότητας βρέθηκαν στην περίπτωση των εργαλείων παιχνιδοποίησης που προορίζονται για την ανάπτυξη ή τη δημιουργία νέων προϊόντων, την κατάρτιση των εργαζομένων και την εκπαίδευση των τουριστών και των κατοίκων. Μέσω της παιχνιδοποίησης, τα νέα τουριστικά προϊόντα ενσωματώνουν οικονομικούς στόχους με θετικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές εξωτερικότητες, το εκπαιδευτικό περιβάλλον γίνεται πιο ελκυστικό και οι τουρίστες ανακαλύπτουν την ιστορία, τη ζωή και την ταυτότητα των προορισμών, όλα με ελάχιστες αρνητικές επιπτώσεις. για την τοπική κοινωνία και το περιβάλλον.

Για να προσβλέπουμε σε μια βιώσιμη προσέγγιση, η παιχνιδοποίηση πρέπει όχι μόνο να ενισχύσει τη σχέση μεταξύ τουριστών και εργαζομένων, αλλά και να συμπεριλάβει την τοπική κοινότητα στην εξίσωση. Μπορεί να βοηθήσει στη μετάβαση από μια επιχειρηματική προοπτική παιχνιδοποίησης σε μια πραγματικά βιώσιμη προοπτική. Η αυτοεκτίμηση, η κοινωνική αναγνώριση και η ευκαιρία δημιουργίας νέων φιλιών έχουν τη δύναμη να ευαισθητοποιήσουν τους τουριστικούς φορείς σχετικά με τον αντίκτυπο των διακοπών τους και να τους εμπλέξουν σε βιώσιμες συμπεριφορές.

5. ΠΗΓΕΣ

- Aguiar-Castillo, L.; Rufo-Torres, J.; De Saa-Perea, P.; Perez-Jimenez, R. How to Encourage Recycling Behaviour? The Case ofWaste App: A Gamified Mobile Application. Sustainability 2018, 10, 1544.
- Anagnostopolou et al., 2018; Hamari et al., 2014°.
- Carli, D. Print vs. Digital Media: False Dilemmas and Forced Choices.
- Huotari, K. and Hamari, J. (2012), “Defining gamification: a service marketing perspective”, Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference, ACM, Tampere.
- Koroleva, K., & Novak, J. (2020). How to Engage with Sustainability Issues We Rarely Experience? A Gamification Model for Collective Awareness Platforms in Water-Related Sustainability. Sustainability, 12, 712.
- UNEP; UNWTO. Making Tourism More Sustainable—A Guide for Policy Makers, 2005..
- Uskov, A.; Sekar, B. Serious games, gamification and game engines to support framework activities in engineering: Case studies, analysis, classifications and outcomes. In Proceedings of the 2014 IEEE International ConferenceElectro/Information Technology (EIT), Milwaukee, WI, USA, 5–7 June 2014.

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ

To White Manager είναι μια ιδιωτική εταιρεία, που ιδρύθηκε το 2015

στο Μιλάνο. Η κοινωνία, που γεννήθηκε σαν μια start up από το όνειρο του Bassani για μια καινοτόμο ηλεκτρονική μάθηση, διεκδικεί περισσότερους από 50000 μαθητές από όλο τον κόσμο. Το White Manager λειτουργεί ως πάροχος για διάφορες παγκόσμιες εταιρείες που ασχολούνται κυρίως με τον τουρισμό, τις υπηρεσίες και τις ασφάλειες, αλλά και με ενώσεις με σκοπό την ανάπτυξη της συνείδησης των τοπικών ιταλικών αγορών κρασιού.

Το White Manager δημιουργεί τις διαδρομές ηλεκτρονικής μάθησης για νέους και ενήλικες, με σκοπό να διδάξει και να διαδώσει το περιεχόμενο μέσω της καινοτομίας και της παιχνιδοποίησης. Η παιχνιδοποίηση βοηθά τον χρήστη να βουτήξει ευκολότερα στην εξήγηση και να θυμάται καλύτερα τις έννοιες. Όλες οι εκπαιδεύσεις περιλαμβάνουν τις πιο καινοτόμες στρατηγικές και συσκευές μάθησης (π.χ. Εικονική Πραγματικότητα, Επαυξημένη Πραγματικότητα, προσβάσιμο σε τηλέφωνα, tablet, φορητούς υπολογιστές, ψηφιακή μάθηση, εξ αποστάσεως εκπαίδευση, διαδικτυακά σεμινάρια ...)

Η ομάδα του White Manager είναι νέα, διεπιστημονική, διεθνής και δυναμική. Αποτελείται από μια ποικιλία ατόμων από διαφορετικές σταδιοδρομίες και προσόντα που οδηγούν την ποιότητα και την ποικιλομορφία των έργων που δημιουργούμε.

Ειδικευμένος στη μάθηση και την ανάπτυξη παιχνιδιών, το White Manager έχει αναπτύξει και πουλήσει το βιντεοπαιχνίδι "The Way of Life» σε συνεργασία με την CyberCoconut, άλλη μια νεοφυή επιχείρηση από το Μιλάνο. Το "The Way of Life" ασχολείται με θέματα όπως ο εκφοβισμός, η ευθανασία, η παρενόχληση και ο πόλεμος, προκειμένου να εμπλακεί ο παίκτης. Σκοπός του παιχνιδιού είναι να ξυπνήσει και να αναπτύξει την κριτική σκέψη και την κοινωνική συνείδηση των παικτών.

Κατά τη διάρκεια του έτους, το White Manager έχει αναπτύξει πολλά μαθήματα ηλεκτρονικής μάθησης σχετικά με τα θέματα συγκεκριμένων διατροφικών αναγκών, τους κινδύνους για τα τρόφιμα και την κατάχρηση τροφίμων, ναρκωτικών και αλκοόλ. Τα μαθήματα αυτά αποτελούνταν από έναν συνδυασμό ενδείξεων, μέτρων πρόληψης, εναλλακτικών λύσεων και

καλών πρακτικών που στοχεύουν στα διαφορετικά θέματα. Ένα άλλο σύνολο μαθημάτων ασχολήθηκε με την πιθανή παρενόχληση λόγω, μεταξύ άλλων θεμάτων, διατροφικών προβλημάτων και διαταραχών.

Ένας άλλος κλάδος του έργου που σχετίζεται με την αίτηση είναι μια σειρά πρακτικών μαθημάτων ηλεκτρονικής μάθησης που επικεντρώνονται στην προσέγγιση OJT - On the Job Training. Αυτά τα μαθήματα καθοδήγησαν το προσωπικό κουζίνας μεγάλων τουριστικών εταιρειών στην κατανόηση και εστίαση στα συστατικά και τις διαδικασίες που πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την προετοιμασία υγιεινών γευμάτων.

Το White Manager έχει επίσης μια πολυετή εμπειρία στην επιλογή διαφορετικών μηχανών και λύσεων ηλεκτρονικής μάθησης για την ανάπτυξη των μαθημάτων πολυμέσων τους, που κυμαίνονται από επιτόπια και προσαρμοσμένα βίντεο, μαθήματα εικονικής πραγματικότητας, μαθήματα 360 °, μαθήματα 3D και 2D, μαθήματα παιχνιδοποίησης.

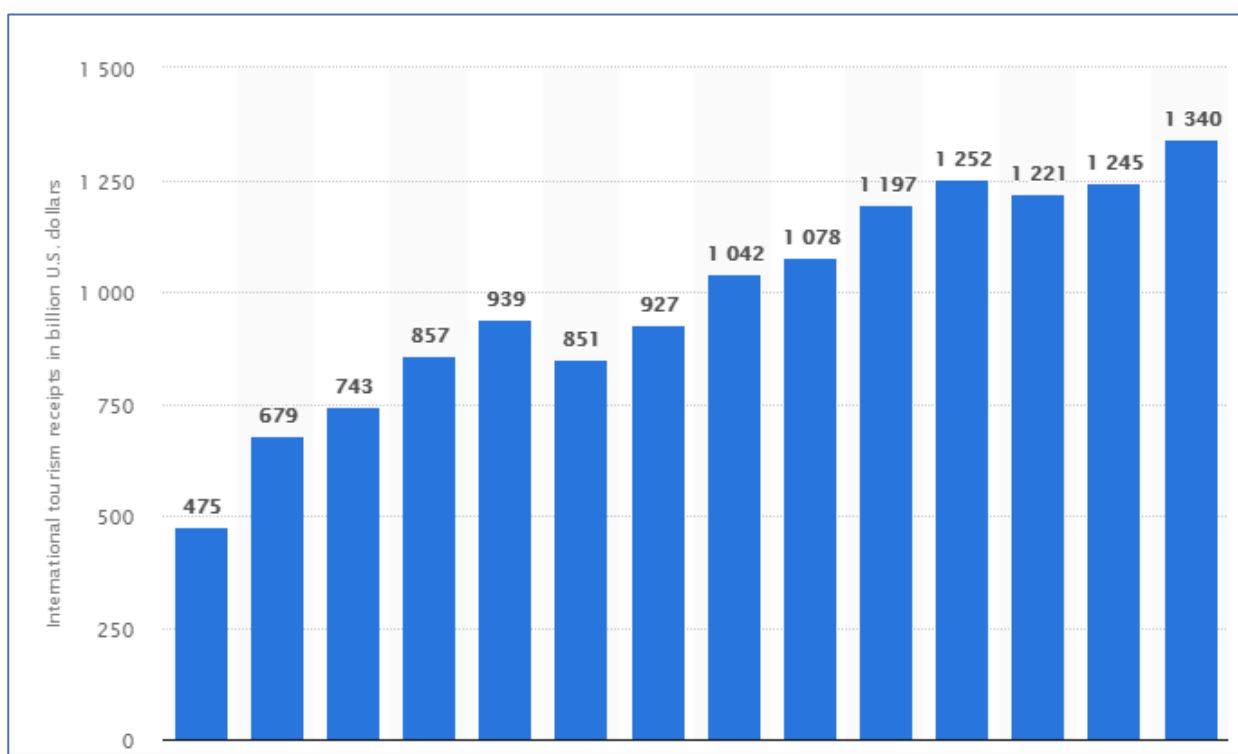


8. Πώς να ενθαρρύνετε φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές στα μέλη του προσωπικού

ΠΩΣ ΝΑ ΕΝΘΑΡΡΥΝΕΤΕ ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΕΣ ΣΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί έναν δυναμικό τομέα που έχει μεγάλο αντίκτυπο στην παγκόσμια οικονομία δημιουργώντας το περιβάλλον για μια συνολική οικονομική ανάπτυξη, ιδίως σε χώρες που έχουν περιορισμένους πόρους πρώτων υλών. Ο άμεσος αντίκτυπος του Τουρισμού γνώρισε τεράστια ανάπτυξη από την αυγή της χιλιετίας και αυξήθηκε κατά περίπου 300% σε μόλις δεκαεπτά χρόνια (Σχήμα 1).



Γράφημα 1: Παγκόσμια έσοδα από τον διεθνή τουρισμό από το 2000 έως το 2017 (σε δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ).
Πηγή: Στάτιστα (2018)

Ο συγκεκριμένος προσδιορισμός παρέχει μια στέρεη βάση πάνω στην οποία πρέπει να εξεταστεί και να αξιολογηθεί κριτικά η συνολική κατανόηση της Βιωσιμότητας στην Τουριστική Βιομηχανία. Η ραγδαία αύξηση των Εσόδων δεν μπορεί να απομονωθεί από τη συνολική αντίληψη του Τουρισμού, και πιο συγκεκριμένα, πώς αυτός μπορεί να έχει επιπτώσεις στην οικονομία της Κυπριακής Δημοκρατίας, η οποία σε μεγάλο βαθμό εξαρτάται από τον Τουρισμό.

Ο κλάδος της φιλοξενίας θεωρούνταν πάντα ένας από τους σημαντικότερους μοχλούς οικονομικής ανάπτυξης σε ολόκληρο τον κόσμο, συμβάλλοντας μαζικά σε αρκετούς σημαντικούς δείκτες. Η τάση αυτή αυξάνεται ραγδαία τις τελευταίες δεκαετίες, με το 2019, το έτος λίγο πριν από το ξέσπασμα της πανδημίας Covid-19, να θεωρείται ως η καλύτερη χρονιά για τον παγκόσμιο κλάδο φιλοξενίας. Είναι σημαντικό ότι η τάση αυτή ήταν παρόμοια σε όλες τις περιφέρειες, παρά κάποιες διακυμάνσεις σε σχέση με το επίπεδο αυτής της ανάπτυξης, αναδεικνύοντας έτσι τη σημασία της Βιομηχανίας Φιλοξενίας σε τοπικό, εθνικό, ακόμη και περιφερειακό επίπεδο, με την Ευρώπη να είναι ένας από τους σημαντικότερους συντελεστές. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO, 2020), ορισμένα από αυτά τα γεγονότα είναι τα ακόλουθα:

- Ο τουρισμός είναι η τρίτη μεγαλύτερη κατηγορία εξαγωγών (μετά τα καύσιμα και τα χημικά) και το 2019 αντιπροσώπευε το 7% του παγκόσμιου εμπορίου
- Σε αρκετές χώρες, η συμβολή του Τουρισμού στο εθνικό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (GDP)
- Ο τουρισμός έχει πληγεί μαζικά από την έξαρση της πανδημίας Covid-19 και αναμένεται να ανακάμψει τελευταίος
- Κανένα έθνος δεν έχει μείνει ανεπηρέαστο από τον αντίκτυπο της πανδημίας Covid-19, δημιουργώντας ανησυχίες για την μελλοντική ανάπτυξη
- Τα έσοδα από τις εξαγωγές από τον τουρισμό θα μπορούσαν να μειωθούν κατά 910 δισεκατομμύρια δολάρια σε 1,2 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2020. Αυτό θα έχει ευρύτερο αντίκτυπο και θα μπορούσε να μειώσει το παγκόσμιο ΑΕΠ κατά 1,5% έως 2,8%
- Ορισμένα μικρά νησιωτικά αναπτυσσόμενα κράτη (SIDS) θα επηρεαστούν αρνητικά έως και 80% λόγω της Πανδημίας

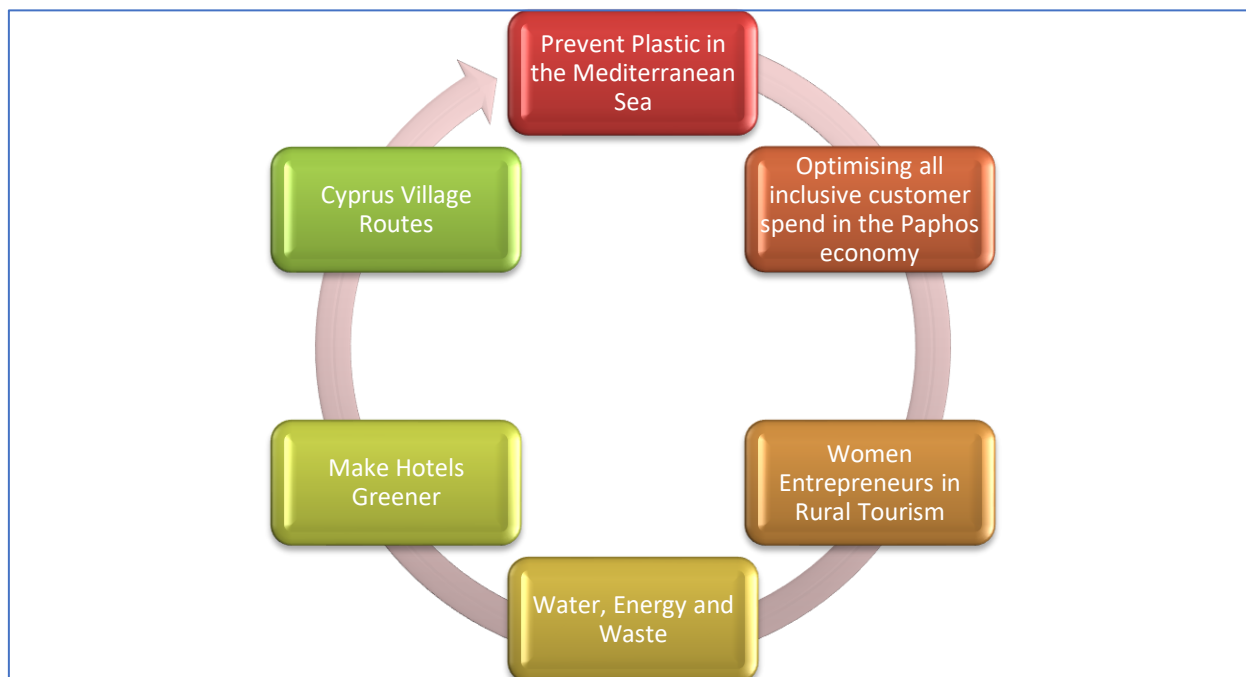
Όλα τα προαναφερθέντα στοιχεία δημιουργούν σοβαρές ανησυχίες σχετικά με τον στρατηγικό ρόλο και τον αντίκτυπο του κλάδου της φιλοξενίας και πώς αυτός μπορεί να απολαύσει μια υγιή και βιώσιμη ανάπτυξη, μετά τις πρόσφατες αρνητικές επιπτώσεις. Αυτό αναμένεται να οδηγήσει σε αρκετές αλλαγές σε πολλά επίπεδα της οργανωτικής ιεραρχίας, απαιτώντας ουσιαστικές αλλαγές προκειμένου να διασφαλιστεί ότι ο κλάδος της φιλοξενίας θα συνεχίσει να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην παγκόσμια οικονομία. Αυτό έχει αυξανόμενη σημασία για τις μικρότερες χώρες, ειδικά εκείνες που εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τον Τουρισμό (με την Κυπριακή Δημοκρατία να είναι μία από αυτές), επομένως, υπάρχει σημαντική ανάγκη να διασφαλιστεί ότι θα αναπτύξουν τις κατάλληλες στρατηγικές (ΔΝΤ, 2020).

5.1 Κυπριακή Πρωτοβουλία Βιώσιμου Τουρισμού (CSTI)

Το 2006 η Κυπριακή Δημοκρατία, σε πλήρη συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα, ανέπτυξε την Κυπριακή Πρωτοβουλία Βιώσιμου Τουρισμού (CSTI), η οποία έχει καταστεί σημαντικό στοιχείο της ανάπτυξης του Τουρισμού. Πιο συγκεκριμένα, «Στόχος είναι η προώθηση της ανάπτυξης βιώσιμης προσέγγισης του τουρισμού στην Κύπρο μέσω της διατήρησης, διατήρησης και προστασίας του περιβάλλοντος, της ορθολογικής χρήσης των φυσικών πόρων και της βελτίωσης των κοινωνικών και οικονομικών συνθηκών των περιθωριοποιημένων αγροτικών κοινοτήτων της Κύπρου». (ΑΔΜΗΕ, 2019). Η συνεργασία μεταξύ του CSTI, αφενός, και του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού (CTO) και του Travel Foundation UK, αφετέρου, επέτρεψε στην Τουριστική Βιομηχανία να ευδοκιμήσει ακόμη και σε ταραγμένους οικονομικούς καιρούς.

Το CSTI έχει καταφέρει όλα αυτά τα χρόνια να προσελκύσει και να συμμετάσχει στη λειτουργία του ένα μεγάλο αριθμό Μελών που συμβάλλουν αποτελεσματικά στην καθιέρωση μιας θετικής κουλτούρας στις τοπικές κοινωνίες, καθώς και στους ιδιωτικούς οργανισμούς. Το πιο σημαντικό, το CSTI περιλαμβάνει, 64 Ομίλους Εταιρειών που

δραστηριοποιούνται στον τουριστικό κλάδο, 8 παραγωγούς κυρίως παραδοσιακών προϊόντων, 7 τοπικούς δήμους και 3 πανεπιστήμια. Επιπλέον, πολλές αναγνωρισμένες προσωπικότητες ένωσαν τις δυνάμεις τους για να συμβάλουν στην πρωτοβουλία, η οποία κατάφερε να αναπτύξει αρκετά πρωτοποριακά έργα που εστιάζουν στη βιωσιμότητα στον τουριστικό κλάδο (Σχήμα 3).



Graph 3: Project developed by CSTI (2019)

Τα πιο πάνω Έργα, που ο κατάλογος δεν έχει εξαντληθεί, παρέχουν το περιθώριο για την κατανόηση του αντίκτυπου της στρατηγικής εστίασης της Κύπρου, τόσο από τον δημόσιο όσο και από τον ιδιωτικό τομέα, στην ανάπτυξη μιας σταθερής Βιώσιμης στρατηγικής που θα επιτρέψει στην Τουριστική βιομηχανία να γίνει πιο αποτελεσματική και ανταγωνιστική στη διεθνή αγορά.

5.2 Εκπαίδευση και Βιώσιμος Τουρισμός

Η εκπαίδευση είναι σημαντική για την ανάπτυξη της βιωσιμότητας στην τουριστική βιομηχανία. Σύμφωνα με τον Moscardo (2015, σελ.1) «Η αυξανόμενη ανησυχία του κοινού για τα περιβαλλοντικά ζητήματα συμβάλλει στην πίεση στις κυβερνήσεις, τις επιχειρήσεις, τις ομάδες και

τα άτομα να βρουν λύσεις που κινούνται προς μια πιο βιώσιμη σχέση με τον πλανήτη. Βασικό στοιχείο για την επίτευξη των στόχων της βιωσιμότητας είναι η εκπαίδευση».

Ο προσδιορισμός αυτός είναι πράγματι σημαντικός, καθώς ευθυγραμμίζεται πλήρως με την εστίαση της χώρας στην ανάπτυξη μιας στρατηγικής για την εκπαίδευση των ανθρώπων. Αυτή η εκπαίδευση βασίζεται σε τρία επίπεδα:



i. Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση: Προετοιμασία των μαθητών να εισέλθουν στη Βιομηχανία ως επαγγελματίες Σεφ και Σερβιτόροι, παρέχοντάς τους τις κατάλληλες δεξιότητες για να αναπτυχθούν στις συγκεκριμένες θέσεις εργασίας, καθώς και την ικανότητα να αναπτύξουν περαιτέρω τις δεξιότητές τους στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Τα προγράμματα αυτά προσφέρονται σε όλες τις πόλεις των Τεχνικών Σχολών και αποτελούν μέρος του επίσημου Προγράμματος Σπουδών του Υπουργείου Παιδείας και Πολιτισμού της Κυπριακής Δημοκρατίας;

ii. Ανώτερη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση: Σε αυτό το επίπεδο, οι μαθητές που αποφοιτούν από προγράμματα που προσφέρονται στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση είναι έτοιμοι να ενταχθούν στην Τουριστική βιομηχανία σε διάφορα επαγγέλματα όπως η Αρτοποιία, η Πληροφορική (IT) και η Επικοινωνία, οι Ηλεκτρικές και Βιομηχανικές Εγκαταστάσεις και η Διαχείριση Προμήθειας Προϊόντων;

iii. Τριτοβάθμια Εκπαίδευση: Αρκετά Κολέγια και Πανεπιστήμια έχουν αναπτύξει πρωτοποριακά προγράμματα προκειμένου να προετοιμάσουν τους φοιτητές να εισέλθουν στον κλάδο των Ταξιδιών, της Φιλοξενίας και των Εκδηλώσεων (THE), σε διευθυντικές θέσεις. Κυρίως ιδιωτικοί τριτοβάθμιοι οργανισμοί όπως το C.D.A. College, το CIM, το UCLAN Cyprus, το American College, το KES College, το Κολλέγιο Τουρισμού και Διοίκησης Ξενοδοχείων, το Intercollege, το Πανεπιστήμιο Λευκωσίας και το Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο Κύπρου, παρέχουν μεγάλο αριθμό προπτυχιακών και μεταπτυχιακών τίτλων προκειμένου να προετοιμάσουν τους φοιτητές να εισέλθουν στη Βιομηχανία, δημιουργώντας βιωσιμότητα όσον αφορά το ανθρώπινο δυναμικό, όλοι οι απόφοιτοι απορροφώνται από τη Βιομηχανία, δημιουργώντας έτσι το κατάλληλο περιβάλλον για να ακολουθήσουν και άλλοι.

Εκτός από τα πιο πάνω τρία επίπεδα, η Κυβέρνηση της Κυπριακής Δημοκρατίας έχει καταφέρει τα τελευταία χρόνια να αναπτύξει μια σειρά Προγραμμάτων μέσω της Αρχής Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού τα οποία επικεντρώνονται στην παροχή συνεχούς υποστήριξης σε επαγγελματίες σε διάφορους κλάδους, με την Τουριστική βιομηχανία να βρίσκεται στην πρώτη γραμμή των συγκεκριμένων προγραμμάτων. Μέσω αυτών των μαθημάτων κατάρτισης, η χώρα κατάφερε να αναπτύξει βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, καθώς η χώρα μπορεί να βασιστεί στο εργατικό δυναμικό της για να προωθήσει τη βιομηχανία, καθώς αυτό θεωρείται ζωτικής σημασίας για τη συνολική ανάπτυξη της βιομηχανίας (Cooper & Shepherd, 1997; Barney & Clark, 2007).

5.3 Βιώσιμος Αγροτουρισμός

Στην Κύπρο ο αγροτουρισμός γνωρίζει τα τελευταία χρόνια τεράστια ανάπτυξη λόγω της στρατηγικής εστίασης της χώρας στην παροχή στους

ανθρώπους και τις επιχειρήσεις στις αγροτικές περιοχές των κατάλληλων διευκολύνσεων, τόσο οικονομικών όσο και μη, προκειμένου να γίνει πιο αποτελεσματική και να αντιμετωπίσει την αυξανόμενη αστικοποίηση που έχει οδηγήσει σε αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών.



Προκειμένου να καταστεί δυνατή η βιώσιμη ανάπτυξη, η χώρα έχει σχεδιάσει και εφαρμόσει συγκεκριμένα μέτρα όπως::

- i. Οικονομική Υποστήριξη
- ii. Εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού
- iii. Υποστήριξη πληροφορικής
- iv. Υποστήριξη μάρκετινγκ
- v. Κοινή On-line Πλατφόρμα (<https://www.agrotourism.com.cy>).

Οι δράσεις αυτές επέτρεψαν στην ανάπτυξη περισσότερων από δύο χιλιάδων Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ) να ευδοκιμήσουν στις αγροτικές περιοχές, δημιουργώντας πάνω από πέντε χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας, συμβάλλοντας έτσι στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, μετά την πρόσφατη οικονομική κρίση. Ο αγροτουρισμός αποτελεί σημαντικό στοιχείο για κάθε χώρα και η Βιωσιμότητά της εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό

από την ικανότητα κάθε χώρας να υποστηρίξει τέτοιες δράσεις (Williams, 2016).

5.4 Εναλλακτικές Βιώσιμες Μορφές Τουρισμού

Η βιωσιμότητα στον Τουρισμό απαιτεί από τις χώρες να διασφαλίσουν ότι διεξάγουν εκτεταμένη έρευνα μάρκετινγκ προκειμένου να εντοπίσουν τις τάσεις της αγοράς και να δώσουν την ευκαιρία στις επιχειρήσεις να καθιερώσουν νέες εναλλακτικές μορφές Τουρισμού, ότι όχι μόνο θα είναι επιτυχημένες οικονομικά, αλλά και θα χαρακτηρίζονται από μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα, οδηγώντας σε ένα ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Triarchi & Karamanis, 2017).



Η Κύπρος έχει παραδοσιακά καταφέρει να αναπτύξει τα συνολικά Τουριστικά Προϊόντα και Υπηρεσίες της σε ό,τι έχει η χώρα σε «μαζική παραγωγή». αυτό του ηλιόλουστου καιρού και των ισορροπημένων θερμοκρασιών, ακόμη και κατά τους χειμερινούς μήνες που χαρακτηρίζονται από ήπιο κλίμα και σχετικά υποφερτές θερμοκρασίες. Αυτό έχει καθιερώσει τη χώρα ως έναν σαφώς χαλαρωτικό προορισμό όσον αφορά τον καιρό.

Ωστόσο, τις τελευταίες δύο δεκαετίες η χώρα, μέσω της Εθνικής Στρατηγικής της που περιλαμβάνει τόσο τον δημόσιο όσο και τον ιδιωτικό

τομέα, να αναπτύξει διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Αυτή η Εθνική Στρατηγική έχει πράγματι καταφέρει να αποδώσει και η χώρα έχει βιώσει μια σχετικά θετική ανάπτυξη σε άλλες μορφές τουρισμού όπως:

i. Ιατρικός Τουρισμός που προσελκύει χιλιάδες επισκέπτες, και βασίζεται σε δύο βασικούς πυλώνες. Η πρώτη αφορά τους ασθενείς και προσελκύει χιλιάδες λόγω της υψηλής ποιότητας ιδιωτικής ιατρικής περίθαλψης σε συνδυασμό με το χαμηλότερο κόστος των ιδιωτικών νοσοκομείων σε σχέση με άλλες ανεπτυγμένες χώρες της ΕΕ (www.medicaltourism-cyprus.com). Ο Δεύτερος Πυλώνας αναφέρεται στα Ιατρικά Συνέδρια που ακμάζουν στην Κύπρο, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια (Med Events, 2019);

ii. Ο Προσκυνηματικός Τουρισμός θεωρείται μία από τις πρώτες και σημαντικότερες μορφές τουρισμού. Η Κύπρος προσφέρει μια καλή ευκαιρία για τους ανθρώπους να επισκεφθούν διάφορες τοποθεσίες που συνδέονται με τα πρώτα χριστιανικά χρόνια, προσελκύοντας επισκέπτες τόσο από Ορθόδοξους όσο και από Καθολικούς, καθώς και Από Προτεστάντες, Χριστιανούς. Επιπλέον, το ανεκτικό και εξωστρεφές θρησκευτικό περιβάλλον του νησιού δίνει τη δυνατότητα σε άλλους ανθρώπους να επισκεφθούν αυτά τα αξιοθέατα.

iii. Ο Αθλητικός Τουρισμός αναγνωρίζεται ως μια τεράστια βιομηχανία που είχε μεγάλο αντίκτυπο στην κυπριακή οικονομία και κατάφερε να δημιουργήσει ένα εξαιρετικό όνομα στη διεθνή αθλητική αγορά. Το ιδανικό κλίμα, ειδικά μεταξύ Σεπτεμβρίου – Μαΐου, επιτρέπει την ανάπτυξη αρκετών μεγάλων διοργανώσεων όπως οι Μαραθώνιοι που λαμβάνουν χώρα σε κάθε πόλη, σε διαφορετικές εποχές του χρόνου, ώστε να μπορούν όλοι να επωφεληθούν. Επιπλέον, κατά τη διάρκεια του Νοεμβρίου – Φεβρουαρίου, η χώρα υποδέχεται δεκάδες ποδοσφαιρικές ομάδες από το βόρειο τμήμα της Ευρώπης στις οποίες το κλίμα δεν διευκολύνει την προπόνηση. Με βάση αυτό, η χώρα έχει βελτιώσει τις υποδομές της τόσο σε ποσότητα όσο και σε ποιότητα.

iv. Ο Καταδυτικός Τουρισμός προσελκύει επίσης χιλιάδες επισκέπτες καθώς τα καθαρά και ασφαλή νερά της χώρας επιτρέπουν την

προσέλκυση ανθρώπων που αναζητούν αυτή την εναλλακτική μορφή τουρισμού. Επιπλέον, «Οι 64 παραλίες με Γαλάζια Σημαία στην Κύπρο έχουν καταφέρει να κατατάξουν την Κύπρο πρώτη στην Ευρώπη για την αναλογία των παραλιών που έλαβαν τη «Γαλάζια Σημαία», προς τον συνολικό αριθμό παραλιών στη χώρα, για δωδέκατη συνεχόμενη χρονιά. 8 παραλίες της Κύπρου βραβεύτηκαν με γαλάζια σημαία για πρώτη φορά στην Κύπρο, το 1995.» (Gojkonic, 2017). Ως εκ τούτου, αυτό θεωρείται ότι προσθέτει στο συνολικό τουριστικό προϊόν, δημιουργώντας την ευκαιρία για τις επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον συγκεκριμένο κλάδο να αναπτυχθούν σε πιο επαγγελματικό επίπεδο, έχοντας την πλήρη υποστήριξη των αρχών της χώρας.

Όλα τα παραπάνω αποτελούν μερικές μόνο από τις εναλλακτικές μορφές Τουρισμού που έχουν αναπτυχθεί. Ο κατάλογος δεν είναι εξαντλητικός, ωστόσο, αυτοί θεωρούνται μερικοί από τους καλύτερους τρόπους προσέλκυσης περισσότερων ανθρώπων και παράτασης της θερινής περιόδου, καθώς η εποχικότητα αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εμπόδια στον κλάδο (Duro, 2018). Πέραν όλων των πιο πάνω, πρόσφατα ξεκίνησαν και άλλες πρωτοβουλίες σε τομείς όπως ο Επισιτισμός & Οινοτουρισμός καθώς η Κύπρος αποτελεί μία από τις πρώτες χώρες που παρήγαγαν κρασί. και Ποδηλατικός Τουρισμός λόγω της διαμόρφωσης της χώρας και του καλού καιρού. Ωστόσο, πρέπει να γίνουν περισσότερα σε αυτά, καθώς είναι μόνο στα κύρια βήματά τους.

6. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ & ΦΙΛΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΕΣ

Η Οργανωτική Συμπεριφορά θεωρείται ένας εξαιρετικά σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη σύγχρονων οργανισμών, οδηγώντας τις ομάδες διοίκησης να καθιερώσουν εξωστρεφείς πολιτικές προκειμένου να διασφαλίσουν ότι θα αυξήσουν σημαντικά τη συνολική απόδοση, τόσο σε εσωτερικά όσο και σε εξωτερικά περιβάλλοντα. Η Οργανωτική Συμπεριφορά ορίζεται ως «... η ακαδημαϊκή μελέτη του τρόπου με τον

οποίο οι άνθρωποι αλληλοεπιδρούν εντός των ομάδων και οι αρχές της εφαρμόζονται κυρίως σε προσπάθειες να κάνουν τις επιχειρήσεις να λειτουργούν πιο αποτελεσματικά» (Investopedia, 2022). Αυτή η ταυτοποίηση παρέχει την ευκαιρία να διερευνηθούν μια σειρά από άλλα στοιχεία που σχετίζονται με τις επιχειρηματικές δραστηριότητες και, κυρίως, με τον κλάδο της φιλοξενίας, καθώς ο τελευταίος αντιμετωπίζει πράγματι ορισμένα σοβαρά προβλήματα σε σχέση με την Οργανωτική Συμπεριφορά, γεγονός που οδηγεί σε σοβαρά προβλήματα, όπως η παραγωγικότητα και η πολυπόθητη ικανοποίηση των πελατών.

Εκτός από όλα τα παραπάνω, θεωρείται επίσης πρωταρχικής σημασίας να προσδιοριστεί η έννοια των προ-περιβαλλοντικών συμπεριφορών (PEB) και πώς αυτή η έννοια μπορεί να προσθέσει στην κατανόηση των επιπτώσεων της στη βιομηχανία φιλοξενίας. Έχουν αναπτυχθεί διάφορες προσεγγίσεις για τον προσδιορισμό της έννοιας, παρέχοντας ένα ευρύ φάσμα κριτικής σκέψης. Ωστόσο, ένα από τα πιο αξιόπιστα αναπτύχθηκε από τους Graves et al. (2013, σελ. 81) ως το καθορισμένο PEB ως «ένα ευρύ σύνολο περιβαλλοντικά υπεύθυνων δραστηριοτήτων, όπως η εκμάθηση περισσότερων για το περιβάλλον, η ανάπτυξη και η εφαρμογή ιδεών για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της εταιρείας, η ανάπτυξη πράσινων διαδικασιών και προϊόντων, η ανακύκλωση και η επαναχρησιμοποίηση και η αμφισβήτηση πρακτικών που βλάπτουν το περιβάλλον.”

Προσθέτοντας σε όλα τα προαναφερθέντα, το PEB μπορεί δυνητικά:

- Ευθυγράμμιση του Οργανισμού με τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs) που θα αντικατοπτρίζουν ολόκληρη την κατεύθυνση, ειδικά όταν αυτή σχετίζεται με τον καθορισμό της Στρατηγικής και αποτελεί θεμελιώδη διάσταση
- Μπορεί να ενισχύσει σημαντικά τα αναμενόμενα θετικά αποτελέσματα της συνολικής οργανωτικής απόδοσης των οργανισμών και να καθιερώσει περαιτέρω βιώσιμες μεταβάσεις στην παραγωγή χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα. Το τελευταίο μπορεί να θεωρηθεί ως προστασία του περιβάλλοντος

καθώς και ως η ικανότητα των οργανισμών να διασφαλίσουν μια βιώσιμη πολιτική Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) (Mouro & Duarte, 2021).

Όλες οι προαναφερθείσες ταυτίσεις και επιχειρηματολογία μπορούν να βοηθήσουν τους οργανισμούς να γίνουν πιο εξωστρεφείς και, ως εκ τούτου, να προσδιορίσουν τα μακροπρόθεσμα οφέλη που μπορεί να έχει το ΡΕΒ τόσο σε εσωτερικές όσο και σε εξωτερικές περιβαλλοντικές πτυχές. Αυτό μπορεί να παράσχει περαιτέρω κίνητρα τόσο στους ηγέτες/διευθυντές των οργανισμών όσο και στους εργαζομένους, οδηγώντας σε προφανή οφέλη που μπορούν να συμβάλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη.

Οι αναπτυσσόμενες χώρες έχουν αξιοποιήσει πλήρως τα τελευταία χρόνια τέτοιες δράσεις προκειμένου να επιτύχουν διάφορους στόχους όπως:

- Προστασία του περιβάλλοντός τους, καθώς αισθάνονταν ευάλωτοι από τις συνολικές περιβαλλοντικές συνθήκες που υπάρχουν στην εργασία και οδηγούν σε αρνητικές επιπτώσεις σε αυτές τις χώρες, κάτι που απέχει πολύ από το να είναι αναλογικό σε σχέση με αυτό που πραγματικά παράγουν όσον αφορά τις εκπομπές. Αυτό είναι πιο εμφανές σε ιδιαίτερα ευαίσθητες περιοχές στις οποίες η προστασία είναι σημαντική.
- Προστασία των επιχειρήσεων της χώρας, ειδικά των μικρών, καθώς αυτές εκτίθενται τόσο σε εσωτερικές όσο και σε εξωτερικές προκλήσεις ΡΕΒ, θέτοντας τη συνολική επιβίωσή τους σε προφανή κίνδυνο. Αυτό μπορεί να είναι ορατό σε μικρές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε απομακρυσμένες και/ή μειονεκτούσες περιοχές, οδηγώντας σε ορισμένες σοβαρές ανησυχίες σχετικά με τη βιώσιμη ανάπτυξή τους.
- Δημιουργία συνεργειών μεταξύ του Δημόσιου και του Ιδιωτικού τομέα που μπορούν να προσθέσουν στην υπάρχουσα αξία στο ΗΙ. Τα μέλη του προσωπικού μπορούν να επωφεληθούν από τη

στρατηγική εστίαση στις Συμπράξεις Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα (ΣΔΙΤ) και μπορούν δυνητικά να αυξήσουν την ευαισθητοποίησή τους σχετικά με το ΡΕΒ, την προστασία του εξωτερικού περιβάλλοντος και, φυσικά, την ανάπτυξη του εσωτερικού τους περιβάλλοντος.

- Εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού της ΗΙ σε τομείς όπως η προστασία του περιβάλλοντος μέσω των λειτουργιών της επιχείρησής τους. Η εκπαίδευση σε τομείς όπως η ανάγκη για Ανακύκλωση είχε οδηγήσει σε θετικά αποτελέσματα ειδικά σε μικρές πόλεις που βασίζονται στην προσέλκυση τουρισμού, επομένως, η βιώσιμη ανάπτυξή τους αποτελεί σημαντική προϋπόθεση. Σε αυτές τις μικρές πόλεις, η συμμετοχή της πλειοψηφίας του πληθυσμού δημιουργεί νέες ευκαιρίες και βοηθά τις τοπικές επιχειρήσεις να αναπτύξουν τις δραστηριότητές τους στο ΡΕΒ, τόσο εσωτερικά όσο και εξωτερικά.

Αυτές οι δραστηριότητες ανακύκλωσης ΡΕΒ μπορούν να έχουν σημαντικά οφέλη, όπως:

i. Μειώνει τα απόβλητα που αποστέλλονται σε χώρους υγειονομικής ταφής και αποτεφρωτήρες – Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2019) δίνει εξαιρετική προσοχή προς αυτή την κατεύθυνση, προκειμένου να εντοπίσει το πρόβλημα και να αυξήσει την ευαισθητοποίηση, προκαλώντας έτσι ενισχυμένη ΡΕΒ από τους υπαλλήλους στο ΗΙ δηλώνοντας ότι «Το κόστος διάθεσης αποβλήτων είναι πιθανό να αυξηθεί σταθερά στο μέλλον λόγω της μείωσης του χώρου υγειονομικής ταφής και της αύξησης του κόστους συλλογής και διάθεσης. Η κακή διαχείριση των αποβλήτων έχει επιπτώσεις στην υγιεινή και την υγεία, την ποιότητα του περιβάλλοντος, τους πόρους και την οικονομική βιωσιμότητα. Μια πληθώρα κανονισμών αφορούν τη διαχείριση και τη διαχείριση των αποβλήτων, συμπεριλαμβανομένων των τοπικών, εθνικών και ευρωπαϊκών κανονισμών για τα απόβλητα, των κανονισμών υγείας και ασφάλειας σε σχέση με τη διαχείριση αποβλήτων, των κανονισμών

θορύβου σε σχέση με τις εργασίες συμπίεσης και συλλογής. Τέτοιες αναφορές και ταυτοποιήσεις από τους επίσημους φορείς της ΕΕ δεν μπορούν να υποτιμηθούν, καθώς παρέχουν σαφείς κατευθύνσεις για τις αρνητικές επιπτώσεις του Τουρισμού και, κυρίως, για το πώς μπορούν πράγματι να αντιμετωπιστούν όλες αυτές οι αρνητικές συνέπειες ως αποτέλεσμα μιας στρατηγικής προσέγγισης. Είναι προφανές ότι ο ρόλος της ΠΕΒ εκ μέρους των εργαζομένων της Χ.Α. μπορεί να συμβάλει προς αυτή την κατεύθυνση, καλώντας τόσο τον Δημόσιο όσο και τον Ιδιωτικό τομέα (Συμπράξεις Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα – ΣΔΙΤ) να αναπτύξουν δράσεις που θα συμβάλλουν ουσιαστικά στην προστασία του περιβάλλοντος. Τέτοιες εξωστρεφείς και καινοτόμες δράσεις ΣΔΙΤ έχουν καθιερωθεί εδώ και καιρό στο ΗΙ σε πολλά μέρη του κόσμου, όπως στην Ασία με τη βοήθεια της Οικονομικής Συνεργασίας Ασίας-Ειρηνικού (APEC, 2002) που οδήγησε στην καθιέρωση των περίφημων 5 Ps και σταδιακά οδήγησε σε βιώσιμη προστασία και ανάπτυξη του περιβάλλοντος:

1. Πολιτική & Σχεδιασμός
2. Προγνωστική Μοντελοποίηση
3. Παρακολούθηση απόδοσης
4. Βελτίωση απόδοσης
5. Αναφορά επιδόσεων

ii. Πρόληψη ρύπανσης – Το επίπεδο ρύπανσης ως αποτέλεσμα της τουριστικής δραστηριότητας σε όλο τον κόσμο έχει αναπτυχθεί δραματικά τις τελευταίες δεκαετίες, καθώς τόσο τα έθνη όσο και οι μεμονωμένες επιχειρήσεις στον ευρύτερο τομέα του τουρισμού απέτυχαν να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά το πρόβλημα και, ως εκ τούτου, να παράσχουν τις καλύτερες δυνατές λύσεις. Αυτό έχει αυξηθεί κατά τη διάρκεια των δεκαετιών, παρά τις συνεχείς προσπάθειες επιστημόνων σε όλο τον κόσμο που ζητούν την ανάληψη άμεσων και αποτελεσματικών δράσεων που (i) θα προστατεύουν το περιβάλλον και (ii) θα διασφαλίζουν τη βιώσιμη ανάπτυξη της βιομηχανίας, ειδικά σε περιβαλλοντικά

ευαίσθητες περιοχές που απαιτούν άμεση προστασία. Ζητήματα όπως τα απορρίμματα σκουπιδιών, η χρήση υπερβολικών τροφίμων παρά το γεγονός ότι δεν είναι απαραίτητη, οι εκπομπές που παράγονται από τις μεταφορές του κλάδου (αεροπλάνα, κρουαζιερόπλοια, λεωφορεία κ.λπ.) είναι μόνο μερικά από τα στοιχεία που σχετίζονται με τη βιομηχανία και τη συνολική ρύπανση. Πιο συγκεκριμένα, ο Τουρισμός ευθύνεται για περίπου το 8% των παγκόσμιων εκπομπών άνθρακα, απαιτώντας τη λήψη άμεσων μέτρων (STI, 2020). Παρά το γεγονός ότι πρόκειται για ένα ευρύτερο ζήτημα που σχετίζεται με την ανάπτυξη στρατηγικής τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, ο ρόλος των εργαζομένων στο πλαίσιο του ΡΕΒ μπορεί να θεωρηθεί ζωτικής σημασίας καθώς μέσω των ενεργειών τους μπορεί:

- Να ενημερώσουν τον τουρισμό για τις αρνητικές επιπτώσεις των δράσεων τους και να κατανοήσουν ότι η προστασία του περιβάλλοντος στα μέρη που επισκέπτονται δεν είναι μόνο επωφελής για τις συγκεκριμένες περιοχές, αντίθετα, μπορεί να οδηγήσει σε συσσωρευμένο όφελος, επηρεάζοντας τους δικούς τους χώρους διαβίωσης
- Ανάπτυξη δράσεων από κοινού με τις επιχειρήσεις για την ευαισθητοποίηση, ιδιαίτερα στις νεότερες γενιές που είναι πιθανότερο να συμμετάσχουν σε τέτοιες δράσεις. Αυτές οι δράσεις ΡΕΒ μπορούν να θεωρηθούν θεμελιώδεις λόγω του μακροπρόθεσμου θετικού αντίκτυπου

iii. Διατήρηση των φυσικών πόρων - Η ανάγκη για διατήρηση των φυσικών πόρων γνωρίζει τεράστια ανάπτυξη λόγω των ραγδαίων περιβαλλοντικών αλλαγών σε όλο τον κόσμο που απαιτούν εξειδικευμένη προσοχή, με τους επιστήμονες να δίνουν εξαιρετική προσοχή προς αυτή την κατεύθυνση. Επιπλέον, αρκετοί οργανισμοί όπως αυτός του National Geographic (2022) θέτουν τη σημασία για τη διατήρηση των φυσικών πόρων και δηλώνουν ότι «Διατήρηση είναι η φροντίδα και η προστασία αυτών των πόρων, ώστε να μπορούν να διατηρηθούν για τις μελλοντικές γενιές. Περιλαμβάνει τη διατήρηση της ποικιλομορφίας των ειδών, των

γονιδίων και των οικοσυστημάτων, καθώς και λειτουργίες του περιβάλλοντος, όπως η ανακύκλωση θρεπτικών ουσιών». Το ερώτημα που τίθεται σε σχέση με τον τουρισμό και το ΡΕΒ, είναι σε ποιο βαθμό το ανθρώπινο δυναμικό είναι εκπαιδευμένο και έτοιμο για να επιτρέψει τη δημιουργία δραστηριοτήτων που σχετίζονται με το υπό εξέταση ζήτημα. Το ανθρώπινο δυναμικό της τουριστικής βιομηχανίας μπορεί να αναπτύξει δράσεις ΡΕΒ και μπορεί να βοηθήσει σε αγροτικές και άλλες συναφείς μειονεκτούσες περιοχές να ξεπεράσουν προβλήματα όπως ο «τουρισμός σκουπιδιών» που απειλεί αρκετές περιοχές σε όλο τον κόσμο, με μερικές από τις πιο emblematic πόλεις (όπως η Βενετία, το Άμστερνταμ και η Βαρκελώνη) να αντιμετωπίζουν τόσο σοβαρά προβλήματα. Ως εκ τούτου, το ανθρώπινο δυναμικό, μέσω της καθημερινής αλληλεπίδρασής του με τους τουρίστες, μπορεί να βοηθήσει τους τελευταίους να εκπαιδευτούν και να δημιουργήσουν μια πιο βιώσιμη ανάπτυξη. Ο οικοτουρισμός έχει επηρεαστεί αρνητικά από την εκτεταμένη ανάπτυξη του «trashy tourism» με το ανθρώπινο δυναμικό να προσθέτει στη Διατήρηση των Φυσικών Πόρων μέσω συγκεκριμένων ΡΕΒ. Αυτά περιλαμβάνουν τη διανομή γραπτού υλικού που αναπτύσσεται από τις εθνικές και περιφερειακές αρχές και εξηγούν τον αντίκτυπο του "τουρισμού σκουπιδιών". Επιπλέον, αρκετοί ερευνητές έχουν εντοπίσει ότι η ΡΕΒ στον οικοτουρισμό είναι σημαντική για τη διαχείριση των συγκρούσεων στον οικοτουρισμό και η υποβάθμιση του περιβάλλοντος στις περιοχές οικοτουρισμού επηρεάζονται έντονα από τις υποτιμητικές συμπεριφορές των επισκεπτών.

iv. Εξοικονόμηση ενέργειας - Η έννοια της εξοικονόμησης ενέργειας ορίζεται ως «εξοικονόμηση ενέργειας σημαίνει μια ποσότητα εξοικονομούμενης ενέργειας που καθορίζεται από τη μέτρηση ή / και την εκτίμηση της κατανάλωσης πριν και μετά την εφαρμογή ενός μέτρου βελτίωσης της ενεργειακής απόδοσης, διασφαλίζοντας παράλληλα την ομαλοποίηση για εξωτερικές συνθήκες που επηρεάζουν την κατανάλωση ενέργειας». Το ανθρώπινο δυναμικό της τουριστικής βιομηχανίας μπορεί να επηρεάσει θετικά αυτή την προσπάθεια μέσω του ΡΕΒ που μπορεί να βασιστεί σε συγκεκριμένες στρατηγικές δράσεις όπως:

- Ανάπτυξη προγράμματος διαχείρισης ενέργειας – Αυτό μπορεί να παρέχει συγκεκριμένες κατευθύνσεις που μπορούν να εφαρμοστούν σε διάφορες ενέργειες, όπως η χρήση κλιματιστικών μονάδων. Αυτό είναι σημαντικό, ειδικά κατά τη θερινή περίοδο κατά την οποία η χρήση ενέργειας φτάνει στα μέγιστα σημεία της. Ως εκ τούτου, το ΡΕΒ από τους εργαζόμενους στον κλάδο της φιλοξενίας είναι ζωτικής σημασίας
- Ανάπτυξη αισθητήρων και ελέγχων - Το ανθρώπινο δυναμικό, ειδικά εκείνοι που εργάζονται στα τμήματα μηχανολογίας, μηχανικής και συντήρησης, μπορεί να παρέχει προτάσεις για πρακτικές λύσεις που θα συμβάλλουν στην εξοικονόμηση ενέργειας, με τον ρόλο της τεχνολογίας, όπως οι αισθητήρες και τα χειριστήρια να είναι μια πρακτική δράση ΡΕΒ
- Συστήματα Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας – Όπως και η προηγούμενη δραστηριότητα της ΡΕΒ, η εφαρμογή Συστημάτων Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας μπορεί να συμβάλει στην προστασία του περιβάλλοντος, ιδίως σε ιδιαίτερα ευαίσθητες τουριστικές περιοχές. Τα τμήματα συντήρησης, ειδικά στις μεγάλες επιχειρήσεις, μπορούν να προσθέσουν σε αυτό εξηγώντας στις διοικήσεις τα μακροπρόθεσμα οφέλη
- Δεξαμενές ζεστού νερού και λέβητες υψηλής απόδοσης - Αν και αυτές οι δύο ενέργειες διαχωρίζονται, σε πρακτικό επίπεδο μπορούν να ενωθούν μεταξύ τους. Το ανθρώπινο δυναμικό της ΗΙ μπορεί να εφαρμόσει τέτοιες λύσεις στο στρατηγικό του πρόγραμμα. Η απαίτηση προϋπολογισμού που σχετίζεται με αυτές τις δύο πτυχές μπορεί να έχει πολλά οφέλη. Πρώτον, η επιχείρηση θα εξοικονομήσει πολλά χρήματα μακροπρόθεσμα και, δεύτερον, οι τουρίστες μπορούν να ευαισθητοποιηθούν περισσότερο. Τέτοιες δραστηριότητες ΡΕΒ είναι πράγματι σημαντικές, και δεδομένου του προβλήματος της λειψυδρίας, η ανάγκη εστίασης στην εξοικονόμηση νερού είναι μεγαλύτερη από ποτέ

ν. Δημιουργία θέσεων εργασίας – Η δημιουργία θέσεων εργασίας εξακολουθεί να αποτελεί μείζονα πρόκληση για τον τομέα του Τουρισμού, καθώς και για το σύνολο της οικονομίας. Ένα από τα σημαντικότερα τρέχοντα προβλήματα, παρά το γεγονός ότι οι παγκόσμιες οικονομίες πλήττονται από τον υψηλό πληθωρισμό και τα υψηλά ποσοστά ανεργίας, είναι η αδυναμία εξεύρεσης εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού. Αυτό είναι σαφώς ορατό στην τουριστική βιομηχανία που έχει πληγεί σκληρά από τις αρνητικές συνέπειες της επιδημίας της πανδημίας Covid-19, η οποία αποκάλυψε τα διαρθρωτικά προβλήματα του ΗΙ. Αυτό απαιτεί αποτελεσματικό στρατηγικό σχεδιασμό από τις εθνικές αρχές προκειμένου να αντιμετωπιστεί αποτελεσματικά το πρόβλημα. Όσον αφορά το ΡΕΒ και τη δημιουργία θέσεων εργασίας, τόσο οι εταιρείες όσο και οι εργαζόμενοι καλούνται να αναπτύξουν συγκεκριμένες και καλά εστιασμένες δράσεις που θα οδηγήσουν στην προσέλκυση του κατάλληλου αριθμού εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού προκειμένου να εξοπλιστεί το ΗΙ. Ορισμένες από αυτές τις δράσεις αναφέρονται σε:

- Η ανάπτυξη του οικοτουρισμού που έχει τη δυνατότητα όχι μόνο να δημιουργήσει θέσεις εργασίας στο ΗΙ, αλλά το πιο σημαντικό, να επιτρέψει στους εργαζόμενους να διαφοροποιήσουν τις υπάρχουσες δεξιότητές τους και, κατά συνέπεια, να γίνουν πιο παραγωγικοί. Ο οικολογικός τουρισμός αναπτύσσεται ραγδαία σε όλο τον κόσμο, επιτρέποντας τη δημιουργία θέσεων εργασίας για εκατομμύρια ανθρώπους. Το πιο σημαντικό μέρος, είναι ότι ο Οικοτουρισμός νέες θέσεις εργασίας κατανέμονται σε όλες τις τοπικές κοινότητες, ως εκ τούτου, υπάρχει μια σαφής κατεύθυνση Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (ΕΚΕ) που πρέπει να τεθεί από το ΗΙ. Οι εργαζόμενοι στο ΗΙ μπορούν να εκπαιδεύσουν νεότερους ανθρώπους μέσω δραστηριοτήτων ΡΕΒ προκειμένου να τους προσελκύσουν. Μερικοί από τους τομείς που θα μπορούσαν να αναπτυχθούν αυτές οι δραστηριότητες είναι «περιηγήσεις στη φύση, παρατήρηση της χλωρίδας και της πανίδας, τουρισμός πολιτιστικής και τοπικής κληρονομιάς, τουρισμός ηφαιστειών. αλιευτικός τουρισμός, ποδηλατικός τουρισμός, τουρισμός παρατήρησης πουλιών, τουρισμός καγιάκ, περπάτημα σε θάμνους,

τουρισμός πεζοπορίας, τουρισμός κρύου νερού, κυνήγι. επίσκεψη σε πάρκα, γραφική οδήγηση, τουρισμός φωτογραφίας, κάμπινγκ. ταξίδια εμπειρίας, χαλάρωσης, αυτοβελτίωσης στην παραλία» (CBI, 2020).

Προσεγγίζοντας κριτικά το ΡΕΒ και τους προαναφερθέντες ορισμούς καθώς και όλα τα υπόλοιπα ζητήματα που έχουν αναπτυχθεί, ως μέρος των δυνατοτήτων των εργαζομένων να γίνουν σημαντικός παίκτης στις δραστηριότητες ΡΕΒ, μπορεί να δηλωθεί με ασφάλεια ότι αυτή η έννοια:

- Ενθαρρύνει την ανάπτυξη μαθησιακού περιβάλλοντος εντός των οργανισμών προκειμένου να αυξηθεί η συσσωρευμένη γνώση και, ως εκ τούτου, να δοθεί η ευκαιρία για ουσιαστική συμβολή στον οργανισμό. Οι κεκλιμένοι οργανισμοί στο ΗΙ είναι πιο πιθανό να γίνουν πιο εξωστρεφείς, να αναπτύξουν πιο κερδοφόρες δραστηριότητες και να διατηρήσουν τους υπαλλήλους τους περισσότερο από άλλους οργανισμούς. Οργανισμοί μάθησης θεωρούνται οι οργανισμοί που χρησιμοποιούν μια συστηματική προσέγγιση και στρατηγικές προκειμένου να αναπτύξουν μια εσωτερική κουλτούρα που θα επικεντρωθεί στην απόκτηση νέας γνώσης, καθώς αυτή η γνώση θεωρείται μία από τις πιο κρίσιμες πτυχές που θα τους βοηθήσουν να αναπτυχθούν με βιώσιμο τρόπο. Οι οργανισμοί μάθησης στο ΗΙ αυξάνονται ραγδαία και παρέχουν την ευκαιρία στους υπαλλήλους τους να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους και το ΡΕΒ, με βάση τις δικές τους μοναδικές δεξιότητες και εμπειρία, όλα κρίσιμα για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία. Οι κεκλιμένοι οργανισμοί στο ΗΙ μπορούν μέσω του ΡΕΒ να έχουν συγκεκριμένα οφέλη όπως:
 - Πιο προετοιμασμένοι, παραγωγικοί εργαζόμενοι – Όταν οι εργαζόμενοι στην ΗΙ συμμετέχουν ενεργά στις δραστηριότητες ΡΕΒ είναι πιο πιθανό να παράγουν καλύτερα αποτελέσματα και να δημιουργήσουν ένα θετικό περιβάλλον που θα είναι σε θέση να προσελκύσει περισσότερους ειδικευμένους υπαλλήλους, καθώς και τη συμμετοχή των τουριστών σε δραστηριότητες ΡΕΒ, οι οποίες θεωρούνται ουσιαστικό στοιχείο

- Εντοπισμός νέων ευκαιριών – Οι οργανισμοί μάθησης είναι πιο πιθανό, μέσω του στρατηγικού σχεδιασμού PEB, να εντοπίσουν νέες ευκαιρίες και να δημιουργήσουν το κατάλληλο περιβάλλον για καινοτομία, δημιουργικότητα και, ως εκ τούτου, βιώσιμη ανάπτυξη. Αυτή η δέσμευση των εργαζομένων οδηγεί σε οφέλη σε απομακρυσμένες ή/και μειονεκτούσες περιοχές
- Ανάπτυξη Ηγεσίας – Οι οργανισμοί μάθησης που εφαρμόζουν το PEB ως μέρος των προγραμμάτων SHRM, έχουν βρεθεί να είναι πιο ευέλικτοι στην ανάπτυξη νέων ηγετών. Τέτοια προγράμματα παρέχουν τη δυνατότητα σε ολόκληρο το HI να γίνει πιο εξωστρεφές και να επιτρέψει στο ανθρώπινο περιουσιακό του στοιχείο να εμπλακεί πιο ενεργά και να αναπτύξει κρίσιμες ηγετικές δεξιότητες
- Αυξάνει την ανάγκη των διευθυντικών στελεχών να δημιουργήσουν ένα θετικό περιβάλλον που θα ενισχύσει αυτές τις δραστηριότητες, μέσω της δημιουργίας ενός στρατηγικού σχεδίου που θα λαμβάνει υπόψη όλες τις εκτιμήσεις των εργαζομένων. Οι δραστηριότητες PEB απαιτούν από τους διευθυντές να αναπτύξουν συγκεκριμένες ηγετικές δεξιότητες που θα τους βοηθήσουν να προκαλέσουν το ενδιαφέρον των εργαζομένων και να τους βοηθήσουν να κατανοήσουν ότι η συμμετοχή τους στο HI μπορεί να έχει μεγαλύτερα οφέλη για ολόκληρη την κοινωνία. Μερικές από τις ηγετικές δεξιότητες που μπορούν να εφαρμόσουν οι εργαζόμενοι της HI κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων PEB και να βοηθήσουν άλλους να συμμετάσχουν στις δράσεις τους είναι:
 - Δημιουργία σχέσεων μεταξύ των εργαζομένων και του οργανισμού· μεταξύ των εργαζομένων και των τουριστών, και το πιο σημαντικό, να συνδέσει όλα τα παραπάνω με το τοπικές κοινωνίες
 - Η ευελιξία και η προσαρμοστικότητα και τα δύο στοιχεία παρέχουν στους υπαλλήλους της HI να γίνουν πιο ευέλικτοι στο PEB τους, προσαρμόζοντας στις μοναδικές ανάγκες και απαιτήσεις του καθενός group
 - Καινοτομία και Δημιουργικότητα, καθώς οι εργαζόμενοι της HI μπορούν να κληθούν να αναπτύξουν δράσεις που θεωρούνται ότι είναι έξω από το κουτί. Η καινοτομία είναι ένας κρίσιμος παράγοντας τόσο για το HI όσο και για την έννοια της ηγεσίας
 - Κίνητρα για τη βελτίωση της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας. Το HI χαρακτηρίζεται από τέτοιες απαιτήσεις στις δραστηριότητες PEB,

καθώς αυτές σχετίζονται με τη διαθεσιμότητα πόρων και την αποτελεσματική κατανομή και χρήση τους

- Λήψη αποφάσεων σε περιπτώσεις όπου το ΗΙ πρέπει να λάβει κρίσιμες αποφάσεις. Οι δραστηριότητες ΡΕΒ in ΗΙ βασίζονται σε γεγονότα, επομένως, οι εργαζόμενοι μπορούν να εφαρμόσουν τέτοιες δεξιότητες μέσω της ηγετικής τους ανάπτυξης
- Αύξηση της ευαισθητοποίησης εντός του οργανισμού σχετικά με την ανάγκη ανάπτυξης δραστηριοτήτων αυτοαξιολόγησης και αυτοανάπτυξης, όλα ζωτικής σημασίας για την αποτελεσματική ανάπτυξη τόσο σε προσωπικό όσο και σε οργανωτικό επίπεδο. Η αυτοαξιολόγηση αξιολογείται ως ένα σημαντικό εργαλείο που χρησιμοποιείται από έναν αυξανόμενο αριθμό οργανισμών ΗΙ σε όλο τον κόσμο και επιτρέπει στους υπαλλήλους να αξιολογούν την απόδοσή τους με βάση συγκεκριμένα κριτήρια. Αυτό μπορεί να τους βοηθήσει να βελτιωθούν, καθώς η αυτοαξιολόγηση χρησιμοποιείται συνήθως μόνο για προσωπικούς λόγους. Ως εκ τούτου, αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί στις δραστηριότητες ΡΕΒ, τόσο για εσωτερικούς όσο και για εξωτερικούς λόγους.

Η Οργανωτική Συμπεριφορά και η ΡΕΒ εντός του εξαιρετικά ευαίσθητου ΗΙ, βασίζονται και οι δύο σε συγκεκριμένα δομικά στοιχεία που πρέπει να αναπτυχθούν εντός του οργανισμού προκειμένου να διασφαλιστεί ότι η οργανωτική ανάπτυξη βασίζεται πράγματι σε επιστημονική δομή και όχι μόνο σε μια εμπειρική προσέγγιση, παρά το γεγονός ότι η τελευταία θεωρείται κρίσιμης σημασίας για την υγιή ανάπτυξη της ΗΙ. Αυτό αναμένεται να οδηγήσει σε θετικό αποτέλεσμα και να δημιουργήσει μια αίσθηση εργασιακής ένταξης για όλους τους ανθρώπινους πόρους, αυξάνοντας έτσι τη συνολική ικανότητα του οργανισμού να αυξήσει το ανθρώπινο κεφάλαιό του, τόσο σε αριθμό (Ποσότητα) όσο και σε συσσωρευμένες δεξιότητες και γνώσεις (Ποιότητα). Ως εκ τούτου, και οι δύο πρέπει να συνυπάρχουν στις δραστηριότητες ΗΙ ΡΕΒ. Αυτά τα δομικά στοιχεία είναι:

- Άνθρωποι – Το ανθρώπινο δυναμικό και, κατά συνέπεια, το ανθρώπινο κεφάλαιο αποτελούν έναν αναντικατάστατο παράγοντα που πρέπει να βρίσκεται στον πυρήνα κάθε επιχειρηματικής οργανωτικής δραστηριότητας. Αυτό έχει αυξανόμενη σημασία στον

κλάδο της φιλοξενίας, καθώς οι άνθρωποι που εργάζονται σε αυτόν, έρχονται σε επαφή με επισκέπτες από διαφορετικά υπόβαθρα, επομένως, αυτό καθιστά τον ρόλο τους ζωτικής σημασίας

- **Δομή** - Η δομή όλων των οργανισμών αποτελεί βασικό στοιχείο για την επίτευξη θετικών αποτελεσμάτων. Επιπλέον, μια αποσαφηνισμένη δομή επιτρέπει στο ανθρώπινο δυναμικό να εντοπίσει τις προκλήσεις όσον αφορά την Οργανωτική Συμπεριφορά καθώς και την Προ-περιβαλλοντική Συμπεριφορά. Δεδομένου ότι το τελευταίο μπορεί να σχετίζεται τόσο με εσωτερικά λειτουργικά περιβάλλοντα, όσο και με τις επιπτώσεις στο φυσικό περιβάλλον που έχει ο κλάδος της φιλοξενίας, η Δομή αξιολογείται ως στοιχείο που μπορεί να αυξήσει την παραγωγικότητα καθώς και την περιβαλλοντική ευαισθησία
- **Πληροφορική** – Η ταχεία ανάπτυξη της Πληροφορικής σε όλους τους τομείς οικονομικής δραστηριότητας παρέχει την ευκαιρία στους οργανισμούς να αποκτήσουν δεδομένα προσφορών, να τα αναλύσουν και, ως εκ τούτου, να δημιουργήσουν μια εκτεταμένη βάση δεδομένων που μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο για εσωτερικούς όσο και για εξωτερικούς λόγους. Η βάση δεδομένων στον κλάδο της φιλοξενίας μπορεί να βοηθήσει τους οργανισμούς να εντοπίσουν τις κύριες προκλήσεις και τάσεις όσον αφορά την οργανωτική συμπεριφορά και, ως εκ τούτου, να ενημερώσουν και να επηρεάσουν το ανθρώπινο δυναμικό σε σχέση με τις φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές. Ένας αυξανόμενος αριθμός εταιρειών στον κλάδο της φιλοξενίας έχουν κατευθύνει τις στρατηγικές τους προς τη συγκεκριμένη κατεύθυνση, ειδικά από τη στιγμή που οι διαδοχικές οικονομικές διακυμάνσεις έχουν δημιουργήσει νέες πραγματικότητες στον κλάδο
- **Περιβάλλον** - Η έννοια του περιβάλλοντος στη βιομηχανία φιλοξενίας θεωρείται πολύπλοκη και έχουν αναπτυχθεί διάφορες προσεγγίσεις κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών, τόσο στην ακαδημαϊκή έρευνα όσο και στην επαγγελματική προσέγγιση,

καθώς αυτές επηρεάζουν τη συνολική ποιότητα (Goetsch & Davis, 2016). Η πρώτη προσέγγιση σχετίζεται με την εσωτερική οργανωτική συμπεριφορά και το εσωτερικό επιχειρηματικό περιβάλλον που κατευθύνεται κυρίως στην έννοια του Μάρκετινγκ, καθώς το Φυσικό Περιβάλλον αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο της προσέγγισης του Marketing Mix στην οποία αλληλοεπιδρούν ο πελάτης και το ανθρώπινο δυναμικό, επομένως, η Οργανωτική Συμπεριφορά μπορεί να επηρεάσει την εμπειρία του πελάτη. Ωστόσο, στον κλάδο της φιλοξενίας, η έννοια του περιβάλλοντος αποκτά διαφορετική σημασία, καθώς η αλληλεπίδραση λαμβάνει χώρα σε διάφορα περιβάλλοντα, όπως το φυσικό. Όλα αυτά δημιουργούν την ανάγκη θεώρησης του Περιβάλλοντος από μια εντελώς διαφορετική οπτική γωνία, ειδικά από τη στιγμή που οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού μπορούν να προσθέσουν στη συνολική Πρόταση Αξίας, με τις Φιλοπεριβαλλοντικές Συμπεριφορές να θεωρούνται προτεραιότητα για το σύνολο της Ξενοδοχειακής Βιομηχανίας.

Η εξέταση και των τεσσάρων κύριων τμημάτων Οργανωτικής Συμπεριφοράς και ΡΕΒ οδηγεί σε συγκεκριμένα συμπεράσματα που πρέπει να λάβει σοβαρά υπόψη ο Κλάδος της Φιλοξενίας προκειμένου να καταφέρει να επηρεάσει αποτελεσματικά το ανθρώπινο κεφάλαιο προς τη βελτίωση σε σχέση με τα υπό εξέταση θέματα.

Ως εκ τούτου, τα συμπεράσματα αυτά αναφέρονται κυρίως σε:

- Η ανάγκη για επένδυση στο ανθρώπινο περιουσιακό στοιχείο προκειμένου να καταστεί σημαντικός ενδιαφερόμενος σε αυτή τη διαδικασία. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω μιας αποσαφηνισμένης στρατηγικής προσέγγισης που θα επηρεάσει τις φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές
- Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, οι Δομές εντός του Κλάδου Φιλοξενίας πρέπει να απλουστευθούν, καθώς υπάρχει κίνδυνος να εκληφθούν ως γραφειοκρατικές, ως εκ τούτου, να γίνουν αρνητικός παράγοντας (Nurdaulet, 2022).

- Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στις επενδύσεις που σχετίζονται με την Πληροφορική, καθώς η τελευταία μπορεί να προσφέρει τεράστιες ευκαιρίες τόσο στους οργανισμούς όσο και στους εργαζομένους τους. Μπορεί επίσης να συμβάλει στη διάδοση της γνώσης σχετικά με τις φιλοπεριβαλλοντικές συμπεριφορές

Ορισμένες από τις προκλήσεις που επηρεάζουν το ΡΕΒ στα μέλη του προσωπικού στο ΗΙ και μπορούν ενδεχομένως να βλάψουν ολόκληρο τον οργανισμό και, ως εκ τούτου, την ικανότητά του να αναπτύσσεται με βάση τις ηθικές και νομικές αρχές αναφέρονται στα ακόλουθα:

- Οικοδόμηση σχέσεων – Οι εσωτερικές σχέσεις μεταξύ της Διοίκησης και των τμημάτων αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα που οδήγησαν σε χαμηλά ποσοστά διατήρησης, ειδικά στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Δεδομένου του στρατηγικού αντίκτυπου των ΜΜΕ στην παγκόσμια οικονομία, και φυσικά στις οικονομίες της ΕΕ και του Ηνωμένου Βασιλείου, στις οποίες οι ΜΜΕ αντιπροσωπεύουν έως και το 67% της συνολικής συνεισφοράς στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ), ο ρόλος τους ως ΡΕΒ γνωρίζει τεράστια ανάπτυξη, καθώς μπορούν να συμβάλουν στη μείωση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων και να βοηθήσουν προς ένα πιο βιώσιμο μέλλον (GOV. UK. 2022). Επιπλέον, αυτό είχε αρνητικό αντίκτυπο στις σχέσεις μεταξύ των διευθυντών τμημάτων και της διοίκησης, των διευθυντών τμημάτων και των υφισταμένων στα τμήματά τους, και το χειρότερο από όλα, στο τοξικό περιβάλλον και τις σχέσεις μεταξύ των εργαζομένων στο ίδιο τμήμα.
- Παρακινώντας τους εργαζόμενους – Τα κίνητρα των εργαζομένων έχουν γνωρίσει τεράστια ανάπτυξη τις τελευταίες δεκαετίες τόσο σε ακαδημαϊκό όσο και σε επαγγελματικό επίπεδο, προσθέτοντας στη σημασία της ΔΑΔ στις σύγχρονες επιχειρήσεις και κοινωνίες. Το Ανθρώπινο Δυναμικό αναμένεται πλέον να συμμετέχει όχι μόνο στις συμβατικές λειτουργίες των οργανισμών του, αλλά και σε αρκετούς άλλους, με την Εταιρική

Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) να αποτελεί αναπόσπαστο μέρος αυτής της διαδικασίας. Το ΡΕΒ μπορεί να θεωρηθεί ως ένα σημαντικό στοιχείο της ΕΚΕ με τη συμμετοχή των εργαζομένων να αξιολογείται ως πρωταρχικής σημασίας για τις σύγχρονες κοινωνίες. Τα τελευταία χρόνια αρκετές χώρες (συμπεριλαμβανομένης της Κυπριακής Δημοκρατίας - RoC) έχουν δώσει εξαιρετική προσοχή στην έννοια των κινήτρων των εργαζομένων προκειμένου να συμμετάσχουν στο ΡΕΒ στο ΗΙ. Η Αρχή Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού Κύπρου (ΑνΑΔ) αντιλαμβάνεται τη σημασία τέτοιων δράσεων της ΡΕΒ στο ΗΙ, και σε πλήρη συνεργασία με το Υφυπουργείο Τουρισμού έχουν αναπτύξει σχήματα που εστιάζουν τόσο σε μικρές όσο και σε μεγάλες επιχειρήσεις με σκοπό να ενημερώσουν τους υπαλλήλους τους για την ανάγκη για δραστηριότητες ΡΕΒ μέσω συγκεκριμένων δράσεων που θα είναι επωφελείς για τους ίδιους, τις τοπικές κοινωνίες τους και τη βιομηχανία γενικότερα.

Ως εκ τούτου, όλα τα παραπάνω ΡΕΒ σχετίζονται άμεσα με:

- Η ικανότητα των οργανισμών να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους και να συμμετάσχουν σε μια σειρά μη συμβατικών δραστηριοτήτων που μπορούν να έχουν θετικό αντίκτυπο στη συνολική κοινωνία και να δημιουργήσουν μια βελτιωμένη εικόνα του εμπορικού σήματος, η οποία είναι απαραίτητη για τη διασφάλιση της βιώσιμης ανάπτυξης, ιδίως δεδομένης της νέας πραγματικότητας των παγκοσμιοποιημένων αγορών
- Να διασφαλίσει ότι οι εργαζόμενοι θα συνεχίσουν να παρακινούνται συμμετέχοντας σε δράσεις που θα οδηγήσουν σε ευρύτερο κοινωνικό όφελος. Τα ΡΕΒ συνδέονται σαφώς με θεωρίες και πρακτικές κινήτρων και έχουν αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια από διάφορους οργανισμούς σε όλο τον κόσμο για να συμβάλουν στην προστασία του περιβάλλοντος και την οργανωτική ανάπτυξη (Starbucks, 2020)
- Για να εξασφαλιστούν υψηλότερα ποσοστά διατήρησης των

εργαζομένων, καθώς οι σύγχρονοι εργαζόμενοι σε όλο τον κόσμο είναι πολύ πιο εκπαιδευμένοι και ευαίσθητοι σε περιβαλλοντικά θέματα, τόσο σε σχέση με το φυσικό όσο και με το εσωτερικό οργανωτικό περιβάλλον. Αυτό το κάλεσμα για βοήθεια των εργαζομένων προς την ενεργό συμμετοχή σε τέτοιες εξωστρεφείς δράσεις

- Για να κατανοήσουμε ποιοι παράγοντες, επηρεάζουν τα κίνητρα των εργαζομένων και, ως εκ τούτου, ποιες ενέργειες των εργαζομένων πρέπει να σχεδιαστούν ως μέρος των συνολικών οργανισμών, θα αναπτυχθούν στρατηγικές δράσεις ΔΑΠ (SHRM). Αυτό είναι απαραίτητο, καθώς οι δράσεις ΡΕΒ πρέπει να είναι καλά σχεδιασμένες και να υλοποιούνται σωστά προκειμένου να οδηγηθούμε στα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα.
- Να παρακινήσει τους εργαζόμενους ΡΕΒ σε συγκεκριμένους κλάδους όπως αυτός του Τουρισμού, καθώς οι εργαζόμενοι μπορούν να μεταφέρουν τη συσσωρευμένη γνώση τους από την αλληλεπίδρασή τους με τους τουρίστες στις τοπικές κοινωνίες τους, καθώς και στις οικογένειές τους. Αυτό μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία ενός βιώσιμου περιβάλλοντος, ιδίως σε απομακρυσμένες/μειονεκτούσες περιοχές
- Η συνεργασία με άλλους οργανισμούς εκτός της χώρας τους με σκοπό την απόκτηση και ανταλλαγή γνώσεων και εμπειρογνωμοσύνης στον τομέα λειτουργίας τους. Δεδομένου του ρόλου και των έργων της ΕΕ, η συνεργασία μεταξύ των εργαζομένων της ΗΙ και των επιχειρήσεων από διαφορετικές χώρες μπορεί να θεωρηθεί μόνο ως σημαντικό όφελος που πρέπει να αναπτυχθεί

Χτίζει έναν ασφαλή χώρο εργασίας Ψυχολογικά - ΤΟ ΡΕΒ στο ΗΙ απαιτεί από τους εργαζόμενους να έχουν καλή διάθεση εργασίας για να αποδώσουν τα μέγιστα. Οι εργαζόμενοι μπορούν επίσης να βοηθήσουν τους συναδέλφους τους μέσω της δημιουργίας ομαδικού έργου να δραστηριοποιηθούν και επίσης να εμπλέξουν άλλους στις δραστηριότητές

τους. Η οικοδόμηση ενός ασφαλούς χώρου εργασίας θα οδηγήσει σε ψυχολογικά οφέλη που πρέπει να μεταφερθούν στους συμμετέχοντες στα έργα που αναλαμβάνουν και έχουν αντίκτυπο σε άλλους.

Η ανάπτυξη των δραστηριοτήτων ΡΕΒ στο ΗΙ μπορεί να οδηγήσει σε συγκεκριμένα οφέλη τόσο για τον οργανισμό όσο και για τους τουρίστες, και αυτά μπορεί να είναι τα ακόλουθα:

- Ομαδικό πνεύμα μεταξύ των εργαζομένων της ΗΙ και των συμμετεχόντων, καθώς τέτοιες δραστηριότητες ΡΕΒ απαιτούν την αποτελεσματική δέσμευση όλων των ανθρώπων. Αυτό έχει μεγαλύτερη σημασία όταν οι δραστηριότητες ΡΕΒ συμβαίνουν μεταξύ ανθρώπων από διαφορετικές κουλτούρες, απαιτώντας από τους υπαλλήλους της ΗΙ να είναι προσεκτικοί στη διαδικασία οικοδόμησης ομάδας
- Η κατανόηση απαιτεί αποτελεσματική ακρόαση; Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό για τους υπαλλήλους της ΗΙ να ακούν τις απόψεις των άλλων, ειδικά όταν εμπλέκονται ομάδες από διαφορετικές κουλτούρες και υπόβαθρα. Οι εργαζόμενοι της ΗΙ μπορούν να προσθέσουν στην ανάπτυξη αποτελεσματικών δραστηριοτήτων ΡΕΒ μέσω των δεξιοτήτων κατανόησης και ακρόασης που θα προσελκύσουν την προσοχή των συμμετεχόντων
- Η συμπερίληψη των συμμετεχόντων και των υπόλοιπων μελών της ομάδας είναι απαραίτητη στην ΡΕΒ. Οι εργαζόμενοι της ΗΙ δεν πρέπει να παραμελούν ότι οι τουρίστες που αναζητούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού, θέλουν να είναι μέρος όχι μόνο της εμπειρίας, αλλά το πιο σημαντικό, θέλουν να είναι μέρος του σχεδιασμού της εμπειρίας, καθώς μπορεί να έχουν διαφορετικές απόψεις, ως εκ τούτου, οι υπάλληλοι της ΗΙ μπορούν να το ενισχύσουν
- Κατανόηση των διαφόρων απαιτήσεων από επισκέπτες που έχουν διαφορετικό υπόβαθρο, καθώς το ΡΕΒ απαιτεί την

κατανόηση μοναδικών αναγκών. Η εκπαίδευση ΗΙ σε τέτοια θέματα διαχείρισης μπορεί να τους βοηθήσει να εντοπίσουν διαφορές όσον αφορά:

- ✓ Ηλικία
- ✓ Εθνικότητα
- ✓ Γλώσσα
- ✓ Εκπαίδευση
- ✓ Εισόδημα

7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η εξέταση όλων των προαναφερθέντων στοιχείων σε σχέση με την ΡΕΒ εκ μέρους των εργαζομένων στο ΗΙ οδήγησε σε ορισμένα σημαντικά συμπεράσματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη, προκειμένου να υπάρξει μια βαθύτερη κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι σύγχρονοι υπάλληλοι της ΗΙ μπορούν πράγματι να επηρεάσουν άλλους για την προστασία του περιβάλλοντος. Ως εκ τούτου, τα συμπεράσματα αναφέρονται στα ακόλουθα:

Η Ρύπανση του Περιβάλλοντος είναι ένα από τα μεγαλύτερα ζητήματα που αντιμετωπίζει η ανθρωπότητα, με τις αρνητικές επιπτώσεις της να συνεχίζουν να αυξάνονται. Έχουν αναπτυχθεί διάφορες πολιτικές για την αντιμετώπιση του προβλήματος; ωστόσο, αυτό παραμένει στο τραπέζι, προκαλώντας σοβαρές ανησυχίες σχετικά με την ποιότητα ζωής των ανθρώπων σε ολόκληρο τον κόσμο, ζητώντας την εφαρμογή αυστηρότερων μέτρων σε παγκόσμια κλίμακα

Ως αποτέλεσμα του προαναφερθέντος συμπεράσματος, ο τουρισμός θεωρείται μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες που συμβάλλουν στη ρύπανση του περιβάλλοντος και, κατά συνέπεια, στην υποβάθμιση του περιβάλλοντος. Αυτό δεν περιορίζεται σε μια γεωγραφική περιοχή, είναι μάλλον ένα παγκόσμιο φαινόμενο, ως εκ τούτου, απαιτεί από την παγκόσμια τουριστική βιομηχανία να λάβει δραστικά μέτρα προς αυτήν την κατεύθυνση.

Η δημιουργία συνεργειών ως αποτέλεσμα συμπράξεων δημόσιου και ιδιωτικού τομέα (ΣΔΙΤ) μπορεί να οδηγήσει σε ουσιαστικά αποτελέσματα όσον αφορά τις δραστηριότητες ΡΕΒ στο ΗΙ. Η συνεργασία μεταξύ των δύο τομέων μπορεί να θεωρηθεί ως ένα σημαντικό εργαλείο και αναμένεται να προσφέρει στους εργαζόμενους της ΗΙ πολύ περισσότερα κίνητρα προκειμένου να γίνουν αναπόσπαστα μέρη των μακροπρόθεσμων δραστηριοτήτων ΡΕΒ.

Οι δραστηριότητες της ΡΕΒ δεν περιορίζονται στον ρόλο των εργαζομένων της ΗΙ, αλλά αποτελούν αντικείμενο εθνικής σημασίας. Ως

εκ τούτου, συνάγεται το συμπέρασμα ότι οποιεσδήποτε δράσεις ΡΕΒ θα πρέπει να σχεδιάζονται και να αναπτύσσονται από τις εθνικές αρχές των χωρών. Αυτό θα δώσει την ευκαιρία σε τέτοιες ενέργειες να έχουν υψηλότερο επίπεδο αξιοπιστίας και αυτό είναι κάτι που θα αντικατοπτρίζει τόσο το ΗΙ όσο και τους τουρίστες

Ο ρόλος της ΕΕ είναι ουσιαστικός για την εκπαίδευση των εργαζομένων ΗΙ πάνω από το ΡΕΒ στον ευρύτερο τουριστικό τομέα. Το γεγονός ότι οι χώρες της ΕΕ αντιμετωπίζουν παρόμοιες προκλήσεις σε σχέση με την υποβάθμιση του περιβάλλοντος απαιτεί από την ΕΕ ως μαζικό οργανισμό να παράσχει το νομικό πλαίσιο που θα επιτρέψει στις επιχειρήσεις και τους εργαζομένους να συμμετέχουν ενεργά σε τέτοιες δραστηριότητες ΡΕΒ.

Το ΡΕΒ είναι μια σημαντική απαίτηση για τους σύγχρονους οργανισμούς ΗΙ, καθώς έχουν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην προστασία του περιβάλλοντος. Δεδομένου ότι η υποβάθμιση του περιβάλλοντος αποτελεί μείζον παγκόσμιο πρόβλημα με τον τουρισμό να έχει συμβάλει σε αυτό, η συμμετοχή των οργανισμών ΗΙ θεωρείται ως μια σημαντική απαίτηση που πρέπει να αναπτυχθεί.

Οι εργαζόμενοι στο ΗΙ αποτελούν σημαντικό μέρος του ΡΕΒ, καθώς η συσσωρευμένη εμπειρία τους και η ικανότητά τους να επηρεάζουν άλλους, ειδικά τουρίστες, μπορούν να θεωρηθούν ως πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο που πρέπει να αξιοποιηθεί. Αυτό απαιτεί μια ολιστική προσέγγιση προκειμένου να διασφαλιστεί ότι οι εργαζόμενοι της ΗΙ θα έχουν πράγματι ενεργό ρόλο σε τέτοιες εξωστρεφείς δραστηριότητες, οι οποίες πρέπει να είναι μακροπρόθεσμες.

Οι εργαζόμενοι της ΗΙ πρέπει να παρακινηθούν εάν πρόκειται να αποτελέσουν αναπόσπαστο μέρος τέτοιων ισχυρών δραστηριοτήτων ΡΕΒ. Αυτά τα κίνητρα μπορεί να είναι τόσο οικονομικά όσο και μη οικονομικά, καθώς είναι και τα δύο σημαντικά. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό για τις επιχειρήσεις ΗΙ να διασφαλίσουν ότι οι υπάλληλοί τους θα λάβουν τέτοια κίνητρα μέσω ειδικών προγραμμάτων.

Η συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων ΗΙ και εργαζομένων από διαφορετικές χώρες της ΕΕ μπορεί να αποτελέσει σημαντικό κίνητρο για τους εργαζόμενους, καθώς θα είναι σε θέση να μοιραστούν τη συσσωρευμένη εμπειρία τους και, ως εκ τούτου,, να το μεταφέρουν στο δικό τους εργασιακό περιβάλλον. Αυτό μπορεί να προσθέσει στη συνολική αξία των υπηρεσιών που παρέχονται στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων ΗΙ και ΡΕΒ.

Η οικοδόμηση ενός ασφαλούς περιβάλλοντος είναι μια σημαντική απαίτηση για τους εργαζόμενους στο ΗΙ να συμμετέχουν σε δραστηριότητες ΡΕΒ. Τα ασφαλή περιβάλλοντα εργασίας ενισχύουν την εμπιστοσύνη των εργαζομένων και, ως εκ τούτου, αυτό μπορεί να οδηγήσει σε βελτιωμένα αποτελέσματα απόδοσης, με τους επισκέπτες να είναι οι τελικοί αποδέκτες. Ως εκ τούτου, οι επιχειρήσεις πρέπει να προσφέρουν αυτό το περιβάλλον μέσα από μια σειρά δράσεων.

Η εκπαίδευση των τουριστών πρέπει να βρίσκεται στο επίκεντρο οποιωνδήποτε δράσεων ΡΕΒ, καθώς αυτές μπορούν να οδηγήσουν στη δημιουργία βελτιωμένης κατανόησης και, ως εκ τούτου, στη μεταφορά αυτής της κατανόησης σε άλλους σε όλες τις χώρες τους. Το γεγονός ότι οι άνθρωποι σε όλο τον κόσμο, ταξιδεύουν τώρα περισσότερο από ποτέ, μπορεί να θεωρηθεί ως μια μοναδική ευκαιρία από το ΗΙ να εκπαιδεύσει όλους αυτούς τους ανθρώπους σχετικά με την ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος μέσω της συμμετοχής τους σε δραστηριότητες ΡΕΒ.

ΠΗΓΕΣ

- Agrotourism (2019). Agrotourism: Discover Real Cyprus <https://www.agrotourism.com.cy> (Ret: 23/04/2019)
- American College (2019). <http://www.ac.ac.cy> (Ret: 22/04/2019)
- Asia Pacific Economic Cooperation (2002). Public / Private

Partnerships for Sustainable Tourism: Delivering a Sustainability Strategy for Tourism Destinations. <https://bit.ly/3fkRjBe>

- Barney, J. and Clark, D. (2007). Resource-based Theory. Creating and Sustaining Competitive Advantage. Oxford. Oxford University Press.
- Baum, T. (1994). The development and implementation of national tourism policies Tourism Management Volume 15, Issue 3, June 1994, Pages 185-192 [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90103-1](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90103-1) (Ret: 23/04/2019)
- C.D.A. College (2019). <http://www.cdacollege.com/> (Ret: 22/04/2019)
- Castellani, V. & Sala, S. (2010). Sustainable performance index for tourism policy development
Tourism Management 31 (2010) 871–880
doi:10.1016/j.tourman.2009.10.001
- CBI (2020). The European market potential for nature and ecotourism. <https://bit.ly/3sJkEs7>
- City of Sheboygan (2022). Five Benefits of Recycling. <https://sheboygandpw.com/news-updates/five-benefits-of-recycling-2020-01-14>
- College of Tourism and Hotel Management (2019). <https://www.cothm.ac.cy/> (Ret: 22/04/2019)
- Cooper, C. and Shepherd, R. (1997). The Relationship Between Tourism Education and the Tourism Industry: Implications for Tourism Education. Tourism Recreation Research 22(1): 34–47.
- Cyprus Chamber of Commerce and Industry (CCCI) (2019). <http://www.ccci.org.cy/>

- Cyprus Institute of Management (2019). <https://cima.ac.cy/> (Ret: 22/04/2019)
- Cyprus Private Health Direct (2019). Welcome to Medical Treatment & Tourism in Cyprus! <https://www.medicaltourism-cyprus.com/> (Ret: 24/04/2018)
- Cyprus Statistical Service (2019). Arrivals in the Republic of Cyprus (2001 – 2018) http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/services_71main_en/services_71main_en?OpenForm&sub=1&sel=1 (Ret: 22/04/2019)
- Cyprus Sustainable Tourism Initiative (CSTI) (2019). <http://csti-cyprus.org/> (Ret: 22/04/2019)
- de Sherpinin, A., Carr, D., Cassels, S., & Jiang, L. (2009). Population and Environment Annu Rev Environ Resour. 2007; 32: 345–373. doi: 10.1146/annurev.energy.32.041306.100243
- Deputy Ministry of Tourism (2022). Responsibilities <https://www.tourism.gov.cy>
- Duro, J.A. (2018). Seasonality of tourism: A new decomposition Tourism Economics Vol 24, Issue 5, <https://doi.org/10.1177/1354816618768319> (Ret: 24/04/2019)
- European Commission (2019). Best Environmental Management Practice in THE TOURISM SECTOR. <https://ec.europa.eu/environment/emas/takeagreenstep/pdf/BEMP-6.2-FINAL.pdf>
- European Commission (2019). Environment: Natura 2000 http://ec.europa.eu/environment/index_en.htm (Ret: 23/04/2019)

- European University Cyprus (2019). <https://www.uclancyprus.ac.cy> (Ret: 22/04/2019)
- Goetsch, D.L. & Davis, S.B. (2016). Quality Management for Organisational Excellence (8th ed.) Pearson
- Gojkovic, M. (2017). The 64 Blue flag beaches in Cyprus. Cyprus Beat <https://www.cyprusbeat.com/64-blue-flag-beaches-cyprus/> (Ret: 24/04/2019)
- GOV.UK (2021). Small and Medium-sized Enterprises (SMEs): understanding and promoting pro-environmental behaviour change. <https://bit.ly/3zqUkH1>
- Graves, L. M., Sarkis, J. & Zhu, Q. (2013). How transformational leadership and employee motivation combine to predict employee proenvironmental behaviors in China. Journal of Environmental Psychology, 35, 81-91. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2013.05.002>
- Gupta, D. (2022). What Is a Learning Organization? +Benefits, Core Principles. <https://bit.ly/3WmbKhy>
- Hall, C.M. (1999). Rethinking collaboration and partnership: a public policy perspective. Journal of Sustainable Tourism Review, 7(3-4): 274-289.
- Human Resource Development Authority (2019). <http://www.hrdauth.org.cy/> (Ret: 23/04/2019)
- Human Resource Development Authority (2022). Welcome! <https://www.anad.org.cy>
- IMF (2020). Tourism-dependent economies are among those harmed the most by the pandemic. <https://bit.ly/3W6DYgu>
- Intercollege (2019). <https://www.intercollege.ac.cy>

(22/04/2019)

- International Institute for Sustainable Development (2017). Sustainable Development <https://www.iisd.org/Topic/Sustainable-Development> (Ret: 22/04/2019)
- Investopedia (2022). What Is Organizational Behavior (OB)? <https://www.investopedia.com/terms/o/organizational-behavior.asp>
- KES College (2019). <https://www.kescollege.ac.cy> (22/04/2019)
- Law Insider (2022). Energy Saving Definition. <https://www.lawinsider.com/dictionary/energy-saving>
- Loizou, A. (2017). CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF SUSTAINABLE TOURISM CONFERENCE ON SUSTAINABLE TOURISM - MALTA 8TH OF MAY 2017 http://ec.europa.eu/environment/emas/pdf/STC/2.%20Angelos%20Loizou%20presentation%20CTO_HL%20Conference_080517.pdf (Ret: 23/04/2019)
- McDonald, M. (2007). Marketing Plans, How to Prepare Them, How to Use Them Oxford UK: ELSEVIER
- Med Events (2019). Medical Conferences in Cyprus <https://www.emedevents.com/cyprus-medical-conferences> (Ret: 24/04/2019)
- MIEEK (2019) Upper Secondary Institutes of Professional Training <http://www.mieek.ac.cy/index.php/el/> (Ret: 22/04/2019)
- Ministry of Education and Culture (2019) <http://www.moec.gov.cy/mtee/> (Ret: 22/04/2019)
- Ministry of Energy, Commerce, and Industry (2019).

<http://www.mcit.gov.cy/> (Ret: 23/04/2019)

- Ministry of Labour, Welfare, and Social Insurance (2019). <http://www.mlsi.gov.cy> (Ret: 23/04/2019)
- Moscardo, G. (2015). The Importance of Education for Sustainability in Tourism Education for Sustainability in Tourism: A Handbook of Processes, Resources, and Strategies (pp.1-21) DOI: 10.1007/978-3-662-47470-9_1
- Mouro, C. & Duarte, A.P. (2021) Organisational Climate and Pro-environmental Behaviours at Work: The Mediating Role of Personal Norms. Front. Psychol. 12:635739. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.635739>
- National Geographic (2022). Conservation. <https://education.nationalgeographic.org/resource/conservation>
- Nurdaulet, S. (2022). What purpose do hierarchies serve in the hospitality industry? Hospitality Net. <https://www.hospitalitynet.org/explainer/4111970.html>
- Reis, L. (2022). 5 Main Organizational Behavior Challenges in the Tourism Industry. <https://bit.ly/3W2bPac>
- Robeco Sam (2018). Corporate Sustainability <https://www.sustainability-indices.com/sustainability-assessment/corporate-sustainability.html> (Ret: 22/04/2019)
- Simpson, K. (2001). Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development. Current Issues in Tourism, 4 (1), 3-41.
- Singh, T. V., & Singh, S. (Eds.). (1999). Tourism Development in Critical Environments. New York: Cognizant Communication

Corporation.

- Soteriou, E.C. & Roberts, C. (1998). The Strategic Planning Process in National Tourism Organizations Journal of Travel Research Vol 37, Issue 1, 1998 <https://doi.org/10.1177/004728759803700103> (Ret: 23/09/2019)
- Starbucks (2020). GLOBAL ENVIRONMENTAL & SOCIAL IMPACT REPORT.
<https://stories.starbucks.com/uploads/2021/04/Starbucks-2020-Global-Environmental-and-Social-Impact-Report.pdf>
- Statista (2018). Global international tourism revenue from 2000 to 2017 (in billion U.S. dollars) <https://www.statista.com/statistics/273123/total-international-tourism-receipts/> (Ret: 22/04/2019)
- Sustainable Tourism (2022). Top 12 Ways to Save Energy in your Tourism Business.
<https://www.sustainabletourism2030.com/top-12-ways-to-save-energy-in-your-tourism-business/>
- Sustainable Travel International (2020). Tackle Waste & Pollution.
<https://bit.ly/3sE2KHf>
- The Predictive Index (2021). People Management Report.
<https://bit.ly/3t5LR8F>
- Timur, S., & Getz, D. (2008). A network perspective on managing stakeholders for sustainable urban tourism. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 20, No. 4, 445-461.
- Triarchi, E. & Karamanis, K. The evolution of alternative forms of Tourism: a theoretical background (2017). Business & Entrepreneurship Journal, vol. 6, no. 1, 2017, 39-59

- UCLAN Cyprus (2019). <https://www.uclancyprus.ac.cy>
- United Nations World Tourism Organisation (2020). Tourism and Covid-19 – Unprecedented Economic Impacts. <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>
- University of Nicosia (2019). <https://www.unic.ac.cy> (Ret: 22/04/2019)
- Williams, G. (2016). Economic impacts from development of the Coastal Town in Queensland on tourism and regional economy. Resources 2016, 5, 48.

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ

Η Rivensco Consulting Ltd είναι μια καινοτόμος εταιρεία που στοχεύει να καθιερωθεί ως ένας σημαντικός σύνδεσμος μεταξύ του ακαδημαϊκού και του επιχειρηματικού κόσμου. Η Rivensco διατηρεί γραφεία σε όλες τις μεγάλες πόλεις της Κύπρου και παρέχει εκπαίδευση σε διάφορους θεματικούς τομείς όπως επιχειρήσεις, κοινωνικές επιχειρήσεις, πληροφορική και φιλοξενία. Με την εμπειρία μας σε ευρωπαϊκά έργα, υποστηρίζουμε τις τοπικές επιχειρήσεις να συμμετέχουν σε ευρωπαϊκά και εθνικά χρηματοδοτικά έργα, συμπεριλαμβανομένου του τοπικού Εμπορικού Επιμελητηρίου, των τοπικών κολλεγίων, των πανεπιστημίων, των υπουργείων, των δήμων και άλλων ενδιαφερόμενων μερών. Η αποτελεσματικότητα των δραστηριοτήτων μας απαιτεί τη συνεργασία με αρκετές μικρές επιχειρήσεις και τοπικούς ενδιαφερόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένων των τοπικών μέσων ενημέρωσης. Δίνουμε ιδιαίτερη προσοχή στον κομβικό ρόλο των νέων τεχνολογιών και στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που προσφέρουν. Οι καθημερινές μας δραστηριότητες με πολλές επιχειρήσεις καθιστούν την εταιρεία μας ιδανική για πρακτική άσκηση, καθώς βρίσκεται σε προνομιακή θέση να παρέχει πραγματική εμπειρία σε διάφορους τομείς. Το εξειδικευμένο επαγγελματικό προσωπικό περιλαμβάνει ψυχολόγους, εκπαιδευτικούς / εκπαιδευτές και συμβούλους επιχειρήσεων που μπορούν να παρέχουν

εκπαίδευση σε διάφορους τομείς. Το 2014, η Rivensco ένωσε τις δυνάμεις της με ένα συγκεκριμένο Κέντρο Επαγγελματικής και Τεχνολογικής Κατάρτισης, προκειμένου να βελτιώσει την εκπαιδευτική της ικανότητα, να επεκτείνει το δίκτυό της και να παρέχει περισσότερα μαθήματα. Η Rivensco Consulting προσφέρει εξειδικευμένα μαθήματα για προετοιμασία συνέντευξης, προετοιμασία βιογραφικού σημειώματος, ενώ εξοικειώνει τους εκπαιδευόμενους της με τεστ προσωπικότητας και διαφορετικά εθνικά τεστ. Αυτό επέτρεψε στη Rivensco να επικεντρωθεί στην εκπαίδευση νέων Entrepreneurs.

Τα μαθήματα περιλαμβάνουν παραδείγματα πραγματικής ζωής που εμπλέκουν ενεργά τους συμμετέχοντες και τους κάνουν να σκέφτονται με κριτικό τρόπο και έτσι να μάθουν να προσαρμόζονται στις συγκεκριμένες συνθήκες του επιχειρηματικού κόσμου. Στόχος τους είναι να αναπτύξουν μια σκέψη out of the box, δίνοντας έμφαση στις επιχειρηματικές ιδέες, την καινοτομία και τη δημιουργικότητα. Τονίζουμε τη σημασία των προσωπικών ιδιοτήτων, όπως η δίψα για συνεχή εκπαίδευση, η προσωπική ορμή και τα κίνητρα, οι ισχυροί στόχοι και η φιλοδοξία, το σαφές όραμα και πάντα το πάθος σε ό, τι κάνετε. Έχουμε μεγάλη εμπειρία σε προγράμματα κινητικότητας Erasmus KA1 στη φιλοξενία σχολείων κατάρτισης στην Κύπρο και συμμετέχουμε επίσης σε έργα στρατηγικής εταιρικής σχέσης KA2 σχετικά με την επιχειρηματικότητα και τις ενότητες κατάρτισης. Έχουμε φιλοξενήσει εκπαιδευτές και επιθεωρητές από τη Ρουμανία σε μαθήματα κατάρτισης.

Τέλος, παρέχουμε υποστήριξη σε έργα της ΕΕ στο τοπικό Εμπορικό Επιμελητήριο, τους Δήμους και άλλους τοπικούς ενδιαφερόμενους φορείς. Η Rivensco Consulting διευθύνεται από εκπαιδευτές και συμβούλους που παρέχουν υποστήριξη στις ανάγκες κατάρτισης επαγγελματιών και ατόμων που αναζητούν εργασία από ένα πολύ ευρύ φάσμα τομέων. Παρέχουμε σεμινάρια προετοιμασίας σε διαφορετικές ομάδες-στόχους για επαγγελματικές συνεντεύξεις, επικοινωνία και διαπροσωπικές δεξιότητες. Έχουμε μια σταθερή συνεργασία με τους τοπικούς φορείς, τα μέσα ενημέρωσης και τις ψηφιακές εταιρείες. Έτσι, είμαστε σε προνομιακή θέση να προσφέρουμε τοποθετήσεις για εκπαιδευόμενους

και έχουμε μεγάλη εμπειρία σε διάφορα προγράμματα κινητικότητας. Επιπλέον, η εταιρεία μας διαχειρίστηκε το έργο COSME erasmus για νέους επιχειρηματίες το 2015-17. λειτουργώντας ως σημείο εστίασης στην Κύπρο. Μέσω της τεχνογνωσίας μας, καταφέραμε να έχουμε μια σταθερή συνεργασία με όλους τους σημαντικούς ενδιαφερόμενους φορείς, όπως το τοπικό εμπορικό επιμελητήριο, τα πανεπιστήμια, τα τοπικά και εθνικά μέσα ενημέρωσης, τους δήμους, τις τοπικές κοινότητες και άλλους τοπικούς φορείς.

Η Rivensco Consulting έχει συμμετάσχει ενεργά τα τελευταία χρόνια στην ανάπτυξη νέων επιχειρηματιών, όπως το «EIBI Project», το οποίο επικεντρώθηκε στην παροχή σημαντικών πληροφοριών για νέους επιχειρηματίες καθώς και άλλα άτομα, επιτρέποντάς τους να αυξήσουν τόσο την απασχολησιμότητά τους όσο και τις διοικητικές τους δεξιότητες και ικανότητες.



9. Πώς να μειώσετε τη σπατάλη τροφίμων στα συστήματα φιλοξενίας

Nacionalna profesionalna gimnaziya
po veterinarna medicina
"Profesor Doktor Dimitar Dimov"

ΠΩΣ ΝΑ ΜΕΙΩΣΕΤΕ ΤΗ ΣΠΑΤΑΛΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ

1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η σπατάλη τροφίμων (Food Waste) έχει δημιουργήσει ένα τεράστιο σημείο συζητήσεων σε οργανισμούς, ενώσεις, ειδήσεις και κανάλια κοινωνικών μέσων τα τελευταία χρόνια. Δεδομένου ότι περίπου το 40% του συνόλου των τροφίμων που παράγονται παγκοσμίως χάνεται ή σπαταλάται, υπάρχει επείγουσα ανάγκη να προσδιοριστεί και να κατανοηθεί τι, πού, γιατί και πόση σπατάλη τροφίμων παράγεται. Σε αυτή την εργασία συλλέξαμε και αναλύσαμε δευτερεύοντα δεδομένα από διαφορετικές πηγές βιβλιογραφίας και άρθρων, καθώς και περιγράψαμε ορισμένα πρωτογενή εμπειρικά δεδομένα που συλλέχθηκαν από την εμπειρία μας από εστιατόρια.

Ο κύριος σκοπός αυτού του άρθρου είναι να κοινοποιήσει χρήσιμους οδηγούς που προσδιορίζουν διαφορετικές προτάσεις και πρακτικές για τη μείωση των επιπέδων σπατάλης τροφίμων.

Η αύξηση και η βελτίωση της ποσοτικοποίησης των επιπέδων σπατάλης τροφίμων αποτελεί διεθνή στόχο που αποσκοπεί στην εξοικονόμηση τροφίμων για ανθρώπινη κατανάλωση, στην εξοικονόμηση χρημάτων και στη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων της παραγωγής και κατανάλωσης τροφίμων.

Η σπατάλη περίπου 2,5 δισεκατομμυρίων τόνων τροφίμων για ανθρώπινη κατανάλωση θεωρείται ηθικά και δεοντολογικά λανθασμένη όταν ένας αριθμός ρεκόρ ανθρώπων παγκοσμίως κινείται προς την πείνα. Σύμφωνα με την τελευταία ανάλυση του David Beasley, επικεφαλής του Παγκόσμιου Επισιτιστικού Προγράμματος του ΟΗΕ, «ένα ρεκόρ 345 εκατομμυρίων ανθρώπων που πεινούν έντονα βαδίζουν στο χείλος της πείνας».

Τα τρόφιμα χάνονται ή σπαταλώνονται σε επίπεδο λιανικής πώλησης και καταναλωτή και κατά μήκος των αλυσίδων παραγωγής και εφοδιασμού.

Αυτό όχι μόνο σπαταλά τεράστιες ποσότητες φυσικών και ανθρωπογενών πόρων που χρησιμοποιούνται στην παραγωγή αυτών των τροφίμων, αλλά αντιπροσωπεύει επίσης μια χαμένη ευκαιρία για την επισιτιστική ασφάλεια και την οικονομία. Σε αυτό το έγγραφο δίνεται έμφαση στη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων στον τομέα της φιλοξενίας (εστιατόρια, ξενοδοχεία και τροφοδοσία) σε όλο τον κόσμο και τους τρόπους αντιμετώπισης αυτού του ζητήματος από τα ξενοδοχεία.

1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΣΠΑΤΑΛΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ;

Food waste είναι ένα ζήτημα που εμφανίζεται σε παγκόσμιο επίπεδο και απαιτεί βαθιά ανησυχία.

Τι ακριβώς είναι η σπατάλη τροφίμων; Σύμφωνα με το Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον (UNEP), τον Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών (FAO) και τη Συμμαχία Βιώσιμης Φιλοξενίας.

«Η απώλεια και η σπατάλη τροφίμων αναφέρονται στη μείωση της μάζας (ποσοτική) ή της θρεπτικής αξίας (ποιοτική) των τροφίμων - βρώσιμων μερών - σε όλη την αλυσίδα αξίας - στις εκμεταλλεύσεις, στις διαδικασίες παρασκευής, στις διαδικασίες μαγειρέματος και από τους καταναλωτές που τα αφήνουν στο πιάτο τους. Τα τρόφιμα που αρχικά προορίζονταν για κατανάλωση από τον άνθρωπο, αλλά για διάφορους λόγους απομακρύνονται από την αλυσίδα εφοδιασμού, θεωρούνται απώλεια ή σπατάλη τροφίμων. Η παραγωγή τροφίμων χρειάζεται τεράστιους πόρους (όπως γη, νερό και λιπάσματα) – και αν δεν καταναλωθεί, τότε όλοι αυτοί οι πόροι σπαταλώνονται.

Η σπατάλη τροφίμων αναφέρεται σε τρόφιμα που ολοκληρώνουν την αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων μέχρι ένα τελικό προϊόν, καλής ποιότητας και κατάλληλα για κατανάλωση, αλλά εξακολουθούν να μην καταναλώνονται επειδή απορρίπτονται, είτε αφεθούν να χαλάσουν είτε

όχι. Η σπατάλη τροφίμων πραγματοποιείται συνήθως στα στάδια λιανικής πώλησης και κατανάλωσης στην αλυσίδα εφοδιασμού τροφίμων.

2. ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΔΕΛΤΙΟ ΓΙΑ ΤΗ ΣΠΑΤΑΛΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

- Εκτιμάται ότι το 1/3 όλων των τροφίμων που παράγονται σπαταλάται κάθε χρόνο, ποσό που ισοδυναμεί με 1,3 δισεκατομμύρια τόνους αξίας περίπου 1 τρισεκατομμυρίου δολαρίων.
- Σύμφωνα με το Πρόγραμμα του ΟΗΕ για το Περιβάλλον «σχεδόν το 1/2 όλων των φρούτων και λαχανικών που παράγονται παγκοσμίως σπαταλώνται κάθε χρόνο»
- \$680 Δις των τροφίμων σπαταλάται από τις ανεπτυγμένες χώρες ετησίως
- Εκτιμάται ότι έως και το 50% των τροφίμων χάνεται μόνο στο στάδιο της παραγωγής.
- Στη φιλοξενία και την εστίαση 1 στα 6 γεύματα χάνεται στο Ηνωμένο Βασίλειο
- Ο τομέας των τροφίμων ευθύνεται για το 30% της συνολικής παγκόσμιας κατανάλωσης ενέργειας και το 22% των συνολικών εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου – που προκαλούνται κατά την παραγωγή τροφίμων και αποσύνθεση
- Όλοι οι σχεδόν ένα δισεκατομμύριο πεινασμένοι άνθρωποι του κόσμου θα μπορούσαν να τρέφονται με λιγότερο από το ένα τέταρτο των τροφίμων που σπαταλώνονται στις ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ευρώπη.
- Μια περιοχή μεγαλύτερη από την Κίνα χρησιμοποιείται για την καλλιέργεια τροφίμων που δεν τρώγεται ποτέ

- 25% της παγκόσμιας παροχής γλυκού νερού χρησιμοποιείται για την καλλιέργεια τροφίμων που δεν τρώγονται ποτέ

2.1. Επιβλαβείς επιπτώσεις της σπατάλης τροφίμων

- Το 10% των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου των πλούσιων χωρών προέρχεται από την καλλιέργεια τροφίμων που δεν καταναλώνονται ποτέ.
- Το νερό άρδευσης που χρησιμοποιείται παγκοσμίως για την καλλιέργεια τροφίμων που σπαταλώνται θα ήταν αρκετό για τις οικιακές ανάγκες (με 200 λίτρα ανά άτομο την ημέρα) 9 δισεκατομμυρίων ανθρώπων - ο αριθμός που αναμένεται στον πλανήτη έως το 2050.
- Εάν φυτεύαμε δέντρα σε εκτάσεις που χρησιμοποιούνται σήμερα για την καλλιέργεια περιττών πλεονασμάτων και σπατάλης τροφίμων, αυτό θα αντιστάθμιζε ένα θεωρητικό μέγιστο 100% των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου από την καύση ορυκτών καυσίμων.
- Όλοι οι σχεδόν ένα δισεκατομμύριο πεινασμένοι άνθρωποι του κόσμου θα μπορούσαν να βγουν από τον υποσιτισμό σε λιγότερο από το ένα τέταρτο των τροφίμων που σπαταλώνται στις ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ευρώπη.

3. Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΣΠΑΤΑΛΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ

3.1. Ευρώπη

Στην Ευρώπη, ένα συγκλονιστικό 20% των παραγόμενων τροφίμων – περίπου 173 κιλά ανά άτομο – σπαταλάται. Η βιομηχανία φιλοξενίας και οι υπηρεσίες εστίασης παράγουν περίπου το 12% της σπατάλης τροφίμων στην Ευρώπη.

Το Ηνωμένο Βασίλειο, οι Κάτω Χώρες, η Γαλλία, η Ιταλία είναι μερικές από τις μεγαλύτερες χώρες σπατάλης τροφίμων.

Το Τμήμα Γεωπονίας και Επιστημών Τροφίμων (DISTAL) του Πανεπιστημίου της Μπολόνια διεξήγαγε το ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ "REDUCE", σύμφωνα με το οποίο από τα 534 γραμμάρια παρασκευασμένου γεύματος, τα 120 γραμμάρια σπαταλώνται στην υπηρεσία τροφίμων, κυρίως στις καντίνες.

Σύμφωνα με το Wrap (Waste Reduction & Recycling Awards Program), δύο εκατομμύρια τόνοι αποβλήτων παράγονται από τη βιομηχανία φιλοξενίας του Ηνωμένου Βασιλείου ετησίως.

Μερικά στοιχεία από τον κλάδο της φιλοξενίας στο Ηνωμένο Βασίλειο

- **Ξενοδοχεία**— παράγουν 289.700 τόνους αποβλήτων ετησίως, συμπεριλαμβανομένων 79.000 τόνων αποβλήτων τροφίμων (9% συνολική σπατάλη τροφίμων από τον τομέα).
- **Παμπ** — παράγουν 873.800 τόνους αποβλήτων κάθε χρόνο, συμπεριλαμβανομένων 173.000 τόνων αποβλήτων τροφίμων (19% συνολική σπατάλη τροφίμων από τον τομέα).
- **Εστιατορία** — παράγουν 915.400 τόνους αποβλήτων κάθε χρόνο, συμπεριλαμβανομένων 199.100 τόνων αποβλήτων τροφίμων (22% συνολική σπατάλη τροφίμων από τον τομέα).
- **Συνεισφορές άλλων τομέων της φιλοξενίας για τη σπατάλη τροφίμων:** εστιατόρια ταχείας εξυπηρέτησης (8,3%), τροφοδοσία προσωπικού (2%), αναψυχή (7%), υπηρεσίες (3%), υγειονομική περίθαλψη (13%) και εκπαίδευση (13%).

Ο κλάδος της φιλοξενίας είναι υπεύθυνος για τη δημιουργία μιας τεράστιας σπατάλης τροφίμων. Μερικοί από τους λόγους περιλαμβάνουν αλλοίωση των τροφίμων, μενού με αφθονία συστατικών, καθώς τα περισσότερα από αυτά τα συστατικά χρησιμοποιούν τεράστιες ποσότητες ενέργειας και νερού για την παραγωγή. Κατά συνέπεια, η βιομηχανία φιλοξενίας είναι ένοχη για σπατάλη ενέργειας που χρησιμοποιείται από την καλλιέργεια, μέσω της συγκομιδής, της μεταφοράς, της επεξεργασίας, της συσκευασίας και της διανομής απορρίπτεται σε χώρους υγειονομικής ταφής.

3.2. Κατάσταση της σπατάλης τροφίμων στη Βουλγαρία

Σύμφωνα με την έκθεση του UNEP για τον δείκτη αποβλήτων τροφίμων 2021, η ετήσια ποσότητα αποβλήτων τροφίμων στα βουλγαρικά νοικοκυριά είναι περίπου 68 κιλά ανά άτομο. Αυτό ισοδυναμεί με περίπου 500.000 τόνους απορριμμάτων τροφίμων που παράγονται ετησίως μόνο από βουλγαρικά νοικοκυριά. Αυτό είναι σχεδόν διπλάσιο από αυτό της γειτονικής Ελλάδας.

Η σπατάλη τροφίμων που προκαλείται από τη βιομηχανία τροφίμων βαθμολογείται ακόμη υψηλότερα. Ωστόσο, το ζήτημα εξακολουθεί να διολισθαίνει σε νομικά κενά, καθώς η βουλγαρική κυβέρνηση επί του παρόντος δεν επικεντρώνεται στη ρύθμιση για την παρακολούθηση και τη μέτρηση της σπατάλης τροφίμων. Αλλά η σπατάλη τροφίμων είναι ένα παγκόσμιο πρόβλημα. Το ένα τρίτο των τροφίμων που καταναλώνονται παγκοσμίως σπαταλάται. Αυτό είναι υπεραρκετό για να θρέψει όλους κάτω από το όριο της φτώχειας.

Η βιωσιμότητα εισέρχεται στην ιδέα της προστασίας του περιβάλλοντος, η οποία επιβάλλει την αποτελεσματικότερη χρήση των πόρων στον τουρισμό και τη φιλοξενία. Έτσι, πολλές εταιρείες κατευθύνουν τις στρατηγικές τους προς μια πιο πράσινη ανάπτυξη, με μεγαλύτερη ανησυχία για το περιβάλλον.

Σύμφωνα με έρευνα στη Βουλγαρία υπάρχουν κάποια κενά στη φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά στην τουριστική βιομηχανία.

Μέσω ενός διαδικτυακού ερωτηματολογίου και συνεντεύξεων που διανεμήθηκαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε όλες τις εταιρείες τουρισμού και φιλοξενίας, των οποίων τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου βρέθηκαν στα εθνικά μητρώα καταλυμάτων, καταστημάτων τροφίμων και ποτών, ταξιδιωτικών γραφείων και μουσείων στη Βουλγαρία, ζητήθηκε από διευθυντές και υπαλλήλους να αξιολογήσουν το επίπεδο φιλοπεριβαλλοντικής συμπεριφοράς και δεξιοτήτων.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι το μεγαλύτερο χάσμα ήταν στην ικανότητα διαχείρισης αποβλήτων, λυμάτων, ανακύκλωσης και κομποστοποίησης.

Ωστόσο, οι διαχειριστές των καταστημάτων F&B ανέφεραν υψηλότερο τρέχον επίπεδο της ικανότητάς τους να ελαχιστοποιούν τη χρήση και να μεγιστοποιούν την απόδοση της κατανάλωσης ενέργειας και νερού. Ομοίως, οι διαχειριστές F&B ανέφεραν υψηλότερο τρέχον επίπεδο διατήρησης των δεξιοτήτων βιοποικιλότητας πιθανώς επειδή το F&B σχετίζεται άμεσα με την επεξεργασία φυτικών και ζωικών προϊόντων.

Η ανάλυση δείχνει ότι οι Βούλγαροι επαγγελματίες του τουρισμού δεν χαρακτηρίζουν ακόμη τη φιλοπεριβαλλοντική συμπεριφορά ως ιδιαίτερα σημαντική. Όλοι οι ερωτηθέντες αναγνώρισαν ότι η διαχείριση και η προστασία του περιβάλλοντος είναι σημαντικές και θα πρέπει να αποτελέσουν το επίκεντρο της μελλοντικής ανάπτυξης δεξιοτήτων, αλλά προς το παρόν δεν αποτελούν προτεραιότητα και επομένως παρέχεται μόνο περιορισμένη εξειδικευμένη κατάρτιση. Οι εταιρείες θεώρησαν τις δεξιότητες που σχετίζονται με την ανακύκλωση, τη μείωση των αποβλήτων και την εξοικονόμηση νερού, ηλεκτρικής ενέργειας και άλλων πόρων ως πιο σημαντικές, πιθανώς λόγω των άμεσων οικονομικών επιπτώσεων αυτών των εξοικονομήσεων στα κέρδη των εταιρειών.

Εδώ μπορείτε να δείτε τις ερωτήσεις που δόθηκαν στους ανθρώπους:

- Δυνατότητα ελαχιστοποίησης της χρήσης και μεγιστοποίησης της απόδοσης ενέργειας και κατανάλωσης νερού
- Ικανότητα διαχείρισης αποβλήτων, λυμάτων, ανακύκλωσης και λιπασματοποίηση
- Διατήρηση βιοποικιλότητας
- Προώθηση βιώσιμων τρόπων μεταφοράς ε. ζ. μέσα μαζικής μεταφοράς)
- Προαγωγή φιλικών προς το περιβάλλον δραστηριοτήτων και προϊόντων
- Γνώση της κλιματικής αλλαγής

4. ΑΠΟ ΠΟΥ ΠΡΟΕΡΧΕΤΑΙ Η ΣΠΑΤΑΛΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ; ΓΙΑΤΙ ΣΠΑΤΑΛΟΥΜΕ ΤΡΟΦΙΜΑ?

Το Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον δημοσίευσε μια έκθεση με ανησυχητική κλίμακα παγκόσμιας σπατάλης τροφίμων. Τα απόβλητα τροφίμων τοποθετούνται σε διάφορα στάδια της τροφικής αλυσίδας, συμπεριλαμβανομένου του σταδίου κατανάλωσης.

Σε επίπεδο καταναλωτών, τα απόβλητα αφορούν το νοικοκυριό και τον τομέα της φιλοξενίας, όπου η σπατάλη τροφίμων καθίσταται βασικό μέλημα.

Τα οικιακά απορρίμματα ανέρχονται σε 569 εκατομμύρια τόνους. Τα απόβλητα διανομής προκύπτουν από σημαντικές ποσότητες τροφίμων που διατίθενται από σούπερ μάρκετ και άλλες επιχειρήσεις. Έκθεση του UNEP εκτιμά ότι 244 εκατομμύρια τόνοι σπαταλώνται από τη βιομηχανία υπηρεσιών εστίασης ετησίως, ενώ το λιανικό εμπόριο απορρίπτει 118 εκατομμύρια τόνους.

5. Η ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΤΗΣ ΣΠΑΤΑΛΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Ο τουρισμός, ως παγκόσμια βιομηχανία μαζικής εστίασης, εμπλέκεται στην κατανάλωση τροφίμων και στην παραγωγή αποβλήτων. Οι υπηρεσίες εστίασης καταναλωτών περιλαμβάνουν εστιατόρια, αλυσίδες γρήγορου φαγητού, καφετέριες, καφετέριες, καντίνες και τραπεζαρίες, καθώς και τροφοδοσία εκδηλώσεων. Αυτός ο τομέας απασχολεί περισσότερους ανθρώπους από οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση λιανικής, συμπεριλαμβανομένων 14 εκατομμυρίων στις ΗΠΑ και 8 εκατομμυρίων στην Ευρώπη (Euromonitor International) και σερβίρει δισεκατομμύρια γεύματα κάθε χρόνο.

Η σπατάλη τροφίμων από τον τομέα των ξενοδοχείων και των εστιατορίων προέρχεται από διάφορες πηγές. Αυτά τα υλικά έγιναν απόβλητα λόγω αλλοιωμένων ή ξεπερασμένων τροφίμων, αποφλοιώσεων και γαρνιτούρων, μη βρώσιμων υποπροϊόντων (οστά, αλεσμένος καφές, φύλλα τσαγιού), μαγειρικών σφαλμάτων και απορριμμάτων πιάτων.

5.1. Γιατί σπαταλάμε τόσα πολλά τρόφιμα στον κλάδο της φιλοξενίας?

Δυστυχώς, η βιομηχανία φιλοξενίας είναι υπεύθυνη για μια τεράστια ποσότητα των χαμένων τροφίμων. Μερικοί λόγοι πίσω από τη σπατάλη τροφίμων στον κλάδο της φιλοξενίας:

- **Κακή διαχείριση ψυκτικού θαλάμου**

Η ακατάλληλη διαχείριση ψυκτικού θαλάμου και ο καθαρισμός ψυχρού χώρου είναι ένας σημαντικός λόγος πίσω από τη σπατάλη τροφίμων στη βιομηχανία φιλοξενίας. Ένα από τις πιο σημαντικές απαιτήσεις για ψυκτική αποθήκευση είναι η σωστή διαχείριση της θερμοκρασίας. Η κακή διαχείριση των ψυχρών χώρων σημαίνει ότι τα

βακτήρια, η μούχλα και κάθε είδους άλλα ανεπιθύμητα επιτρέπεται να αναπτύσσονται πάνω ή κοντά σε τρόφιμα, γεγονός που κάνει τα τρόφιμα να σαπίζουν.

- **Κακή διαχείριση μενού**

Ο κακός σχεδιασμός μενού είναι ένα κρίσιμο σημείο στη σπατάλη τροφίμων. Εάν ένα μενού είναι κακώς προγραμματισμένο, πολλά τρόφιμα σπαταλούνται. Για παράδειγμα, εάν ένα εστιατόριο προσφέρει πολλά πιάτα στους πελάτες του, αυτό οδηγεί σε υπερβολικό αριθμό συστατικών που πρέπει να αποθηκευτούν. Επιπλέον, τα περισσότερα από αυτά τα συστατικά δεν χρησιμοποιούνται συχνά και κατά συνέπεια σπαταλούνται

- **Μεγάλο απόθεμα**

Αυτός ο λόγος συνδέεται με τον προηγούμενο. Εάν τα εστιατόρια αποθηκεύουν περιττές ποσότητες φαγητού μόνο και μόνο για να καλύψουν όλες τις βάσεις τους, τότε αυτό το φαγητό τελικά σπαταλάται.

Το μέγεθος της μερίδας είναι ένα άλλο ζήτημα που πρέπει να ληφθεί υπόψη. Συχνά αναφέρεται στους μπουφέδες που προσφέρονται στους επισκέπτες, επειδή είναι συνήθως η αιτία πολλών χαμένων τροφίμων.

Το National ανέφερε το ζήτημα της σπατάλης τροφίμων στο Ντουμπάι, αποδεχόμενο το πρόβλημα από τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια που σπαταλούν συστατικά σε υπερβολικές μερίδες. Οι προσφορές σε μπουφέ μπορούν να επαναχρησιμοποιήσουν και να ανακυκλώσουν τρόφιμα που δεν έχουν ληφθεί, αλλά πολλοί πελάτες «έχουν τη συνήθεια να συσσωρεύουν τα πιάτα τους», λέει ο Διευθύνων Σύμβουλος της Αιγυπτιακής Τράπεζας Τροφίμων, Moez El Shohdi. Οτιδήποτε δεν τρώγεται στο πιάτο πηγαίνει στον κάδο.

Μια συζήτηση στο Ντουμπάι υποστήριξε επίσης ότι οι επισκέπτες και τα εστιατόρια αύξησαν τη σπατάλη τροφίμων εμφανίζοντας πλούσιες ποσότητες τροφίμων για γεύσεις συσσωρεύοντας τρόφιμα για δείπνο σε μπουφέ και brunches και υπερπληρώνοντας για εταιρικές εκδηλώσεις.

Επειδή εάν τα ξενοδοχεία ξεμείνουν από τρόφιμα θα τους προβληματίσουν άσχημα, το προσωπικό εξυπηρέτησης βρίσκεται υπό πίεση να παρέχει τεράστιες ποσότητες τροφίμων.

6. ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΣΠΑΤΑΛΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Η παραγωγή, επεξεργασία και διανομή τροφίμων συνδέεται αναπόφευκτα με το περιβάλλον μας – μετασχηματισμός της γης, βιοποικιλότητα, κατανάλωση ενέργειας και εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου, χρήση νερού και φυτοφαρμάκων. Τα βρώσιμα τρόφιμα απορρίπτονται επίσης σε κάθε στάδιο της τροφικής αλυσίδας: σε αγροκτήματα και αλιευτικά σκάφη, κατά τη διάρκεια της επεξεργασίας και της διανομής, σε καταστήματα λιανικής πώλησης, σε εστιατόρια και στο σπίτι. Στο τέλος της αλυσίδας αξίας των τροφίμων, η τελική κατανάλωση αντιπροσωπεύει έως και το 40% των συνολικών απωλειών τροφίμων. Η μείωση της σπατάλης τροφίμων έχει καταστεί έτσι μια πολυδιάστατη πρόκληση που σχετίζεται με την αποφυγή, τη μείωση ή την ανακύκλωση των αποβλήτων.

Ο Οργανισμός Τροφίμων και Γεωργίας των Ηνωμένων Εθνών διοργάνωσε διεθνή ημέρα ευαισθητοποίησης για την απώλεια και τη σπατάλη τροφίμων. Αυτή ήταν μια καλή ευκαιρία να τονιστεί η σημασία της μείωσης της σπατάλης τροφίμων ως βασική πρόκληση βιωσιμότητας για τη βιομηχανία φιλοξενίας και εστίασης. Στόχος ήταν επίσης να αναληφθεί δράση τόσο από τον δημόσιο (εθνικές ή τοπικές αρχές) όσο και από τον ιδιωτικό τομέα (επιχειρήσεις και ιδιώτες), να αναλάβουν δράσεις και να προωθήσουν την καινοτομία για τη μείωση της απώλειας και της σπατάλης τροφίμων με στόχο την αποκατάσταση και την αποκατάσταση καλύτερων και ανθεκτικών έτοιμων συστημάτων τροφίμων.

«ΣΤΑΜΑΤΗΣΤΕ ΤΗ ΣΠΑΤΑΛΗΣΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ» ήταν το σύνθημα που επιλέχθηκε για την 9η Εθνική Ημέρα Πρόληψης της Σπατάλης Τροφίμων που πραγματοποιήθηκε στις 05 Φεβρουαρίου 2022.

Η εκδήλωση καθιερώθηκε το 2014 από την εκστρατεία ευαισθητοποίησης zero waste της Last Minute Market σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο της Μπολόνια – Τμήμα Αγροδιατροφικής Επιστήμης και Τεχνολογίας και το Υπουργείο Περιβάλλοντος.

Η Εθνική Ημέρα για την Πρόληψη της Σπατάλης Τροφίμων δημιουργήθηκε με στόχο την ευαισθητοποίηση των πολιτών και των επιχειρήσεων σχετικά με τη σημασία της σπατάλης τροφίμων με τη διάδοση νέων δεδομένων από το Διεθνές Παρατηρητήριο Waste Watcher, που ιδρύθηκε από την Last Minute Market.

Η Ευρωπαϊκή Εβδομάδα για τη Μείωση των Αποβλήτων (EWWR) είναι η μεγαλύτερη εκστρατεία ευαισθητοποίησης σχετικά με την πρόληψη της δημιουργίας αποβλήτων στην Ευρώπη, η οποία ενθαρρύνει όλους τους Ευρωπαίους να αναλάβουν δράσεις για τη βιώσιμη διαχείριση των αποβλήτων κατά τη διάρκεια μίας εβδομάδας. Τα μηνύματα που πραγματοποιούνται από αυτή την εκδήλωση είναι:

- ΜΕΙΩΣΗ της κατανάλωσης – αν οι άνθρωποι χρειάζονται πραγματικά όλα τα καλά, αγοράζουν;
- ΕΠΑΝΑΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ προϊόντων και υλικών – οι άνθρωποι μπορούν να αντικαταστήσουν αντικείμενα μίας χρήσης με επαναχρησιμοποιήσιμα.
- ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ αποβλήτων – η καλύτερη απόφαση από την κατολίσθηση.
- ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΙ – για την αποφυγή απορριμμάτων, το EWWR ενθαρρύνει τους ανθρώπους να αποτρέπουν τα απόβλητα καθαρίζοντας τις περιοχές όπου η δημιουργία απορριμμάτων εμποδίζει την εύρυθμη λειτουργία των φυσικών και ανθρώπινων οικοτόπων.

6.1. Δράσεις κατά της σπατάλης τροφίμων στη Βουλγαρία

Η Zero Waste Bulgaria είναι μια ένωση που ιδρύθηκε το 2018. Ο στόχος αυτού του οργανισμού είναι η προστασία του περιβάλλοντος με τη διάδοση της φιλοσοφίας της ζωής χωρίς απόβλητα. Το Zero Waste Bulgaria αποτελείται από εθελοντές που είναι αποφασισμένοι να εξοικειώσουν τους μαθητές με τις αρχές των μηδενικών αποβλήτων. Ο σύλλογος πραγματοποιεί **διάφορες εκδηλώσεις και πρωτοβουλίες, όπως σεμινάρια, εκπαιδεύσεις σε εταιρείες, εργαστήρια σε σχολεία και πανεπιστήμια.**

Η βουλγαρική εκκίνηση "**foodObox**" είναι μια εφαρμογή με αποστολή να σώσει βρώσιμα τρόφιμα από τα σκουπίδια και να τα προσφέρει σε λογική τιμή. Αυτή η υπηρεσία είναι διαθέσιμη σε μερικές μεγάλες πόλεις της Βουλγαρίας και η εφαρμογή είναι προσαρμοσμένη τόσο για χρήστες Android όσο και για χρήστες Apple. Με το FoodObox, οι επιχειρήσεις μπορούν να πουλήσουν τα πλεονάζοντα τρόφιμα και να αποφύγουν τη σπατάλη, ώστε να μην σπαταλήσουν όλους τους πόρους που έχουν επενδύσει στην παραγωγή και την προετοιμασία. Και με το FoodObox, έχετε μια πιο "πράσινη" και πιο πράσινη εικόνα χωρίς επιπλέον κόστος μάρκετινγκ. Ταυτόχρονα, βοηθά τον τελικό χρήστη να μειώσει τις εκπομπές CO2 με βιώσιμο τρόπο. Το FoodObox είναι μια πλατφόρμα αγοράς για B2B και B2C, ενεργώντας ως μεσαίο έδαφος μεταξύ εστιατορίων και πελατών. Οι επιλέξιμες επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν αυτήν την εφαρμογή είναι κυρίως εστιατόρια, αρτοποιεία, Όλα τα εστιατόρια που χρησιμοποιούν αυτήν την εφαρμογή γνωρίζουν αυστηρές οδηγίες σχετικά με το τι μπορεί και τι δεν μπορεί να πωληθεί μέσω της πλατφόρμας. Προϊόντα που έχουν λήξει, είναι μουχλιασμένα ή είναι επιβλαβή για την υγεία δεν γίνονται αποδεκτά. Τα περισσότερα εστιατόρια γνωρίζουν ότι η πώληση κακής ποιότητας ή ληγμένων τροφίμων μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο στη δημόσια εικόνα τους. Πέρυσι, η Bosch Βουλγαρίας, ως συνεργάτης μας, δώρισε περίπου 100 κιλά τροφίμων σε μια τοπική και τοπική οργάνωση για άτομα με ειδικές

ανάγκες.

Μέχρι πρόσφατα, ήταν παράδοξο το γεγονός ότι οι βουλγαρικές εταιρείες έπρεπε να καταβάλλουν ΦΠΑ 20% για δωρεές τροφίμων. Το 2017, ο ΦΠΑ στις δωρεές τροφίμων μηδενίστηκε, αλλά δυστυχώς εφαρμόστηκε μόνο στο 0,5% του ετήσιου κύκλου εργασιών της εταιρείας. Η νέα κυβέρνηση έχει ανακοινώσει ότι θα αγωνιστεί για να αυξήσει αυτό το όριο, αλλά δεν γνωρίζουμε ακόμη.

Μια άλλη πρόσφατη αλλαγή στη Βουλγαρία είναι ένα διάταγμα που εκδόθηκε από τη Βουλγαρική Υπηρεσία Ασφάλειας Τροφίμων το 2021, σύμφωνα με το οποίο μπορούν επίσης να δωριστούν "καλύτερα από" τρόφιμα που είναι ασφαλή για κατανάλωση. Αυτό είναι ένα **σημαντικό gamechanger για άτομα που έχουν ανάγκη** και μια μεγάλη ευκαιρία για πολλές επιχειρήσεις.

6.2. Πώς τα ξενοδοχεία αμφισβητούν τη σπατάλη τροφίμων ως βήμα προς τη βιωσιμότητα; Πώς οι εταιρείες φιλοξενίας ανταποκρίνονται στο παγκόσμιο πρόβλημα σπατάλης τροφίμων?

Σύμφωνα με την Caitrin O'Brien, ανώτερη διευθύντρια εταιρικής βιωσιμότητας στο Hilton, «Η παραγωγή τροφίμων είναι ο μεγαλύτερος παράγοντας που συμβάλλει στην παγκόσμια αποψίλωση των δασών, την απώλεια βιοποικιλότητας και την εξόρυξη νερού. Και με το ένα τρίτο των τροφίμων παγκοσμίως να σπαταλάται, αυτό σημαίνει ότι έχουμε σπαταλήσει σημαντική ποσότητα γης και πόρων».

Ιδρύθηκε το 2013, η Winnow είναι ένας από τους πολλούς νέους καινοτόμους που επιδιώκουν να αντιμετωπίσουν τη σπατάλη τροφίμων. Η τελευταία τεχνολογία της εταιρείας, Winnow Vision, χρησιμοποιεί

κάμερες και τεχνητή νοημοσύνη για να αξιολογήσει τα απορριφθέντα τρόφιμα, στη συνέχεια αναλύει και αποδίδει ένα κόστος στα τρόφιμα που σπαταλήθηκαν, επιτρέποντας στους σεφ να προγραμματίζουν καλύτερα μπροστά. Η Winnow αναπτύσσεται σε περίπου 1.300 κουζίνες παγκοσμίως, συμπεριλαμβανομένων μερικών από τις πιο διάσημες αλυσίδες ξενοδοχείων - Accor, InterContinental Hotels Group και καταλύματα Hilton. Για αυτούς τους μεγάλους οργανισμούς η σπατάλη τροφίμων έχει γίνει στόχος.

Μεταξύ των ηγετών της βιομηχανίας που έχουν αναλάβει μια τέτοια πρωτοβουλία είναι η Marriott International, η οποία έχει θέσει ως στόχο τη μείωση της σπατάλης τροφίμων κατά 50% έως το 2025. Η εταιρεία έχει αρχίσει να εφαρμόζει διάφορες διαδικασίες μείωσης της σπατάλης τροφίμων. Το The Ritz-Carlton, Pentagon City είναι μέρος της παγκόσμιας μάρκας Marriott έχει παρακολουθήσει τα απόβλητα τροφίμων με την τεχνολογία Leanpath, η οποία επιτρέπει να δείτε τα απόβλητα και να καταλάβετε πού να εστιάσετε τις προσπάθειες για τη μείωσή τους. Με βάση τα δεδομένα του Leanpath, περίπου το 53% της σπατάλης τροφίμων μιας τυπικής κουζίνας φιλοξενίας παράγεται μέσω υπερπαραγωγής. Ένα άλλο πρόγραμμα που χρησιμοποιούν είναι να δημιουργήσουν συνεργασίες με οργανισμούς που είναι σε θέση να δωρίσουν μη καταναλωμένα τρόφιμα σε όσους έχουν ανάγκη ή να μετατρέψουν τα απορρίμματα τροφίμων σε ζωοτροφές.

Μια εσωτερική αφίσα της Marriott International περιγράφει την προσέγγιση της εταιρείας στη διαχείριση των αποβλήτων τροφίμων.

Η Denise Naguib, αντιπρόεδρος βιωσιμότητας και ποικιλομορφίας προμηθευτών στη Marriott International, μοιράστηκε ότι κανείς δεν θέλει πραγματικά να πετάξει τέλεια καλό φαγητό και ότι αυτή η ιδέα ενδιαφέρει επίσης τους εταιρικούς πελάτες που θα βοηθήσουν πραγματικά τη βιομηχανία να κινηθεί για την καταπολέμηση αυτής της τάσης.

Η Accor είναι μια άλλη κορυφαία μάρκα φιλοξενίας που κάνει σημαντικά βήματα προς την επαναχρησιμοποίηση του φαγητού. Σύμφωνα με τον Amir Nahai, Διευθύνοντα Σύμβουλο της Accor για τα

τρόφιμα και τα ποτά και τον τρόπο ζωής, η εταιρεία κατάφερε να μειώσει τη σπατάλη τροφίμων κατά 52% σε 92 ξενοδοχεία το 2017 και κατά 31% σε 282 ξενοδοχεία το 2018. Η Accor εισήγαγε επίσης μια εσωτερική πρωτοβουλία Love Food Not Waste, προσφέροντας στις ιδιότητες της Accor εξατομικευμένες συστάσεις διαχείρισης αποβλήτων τροφίμων. Η ομάδα έχει επίσης μια συνεργασία με το Too Good to Go, μια εφαρμογή που έχει σχεδιαστεί για να βοηθήσει τις κουζίνες να εξοικονομήσουν τρόφιμα που διαφορετικά θα πεταχτούν. Οι υπεύθυνοι αναγνωρίζουν το ρόλο της ξενοδοχειακής βιομηχανίας στη διαχείριση αυτής της πρόκλησης και οι εργαζόμενοι συμμετέχουν επίσης στις πρωτοβουλίες μας για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων με θετικά μηνύματα σχετικά με το μέγεθος των μερίδων, όπως η έναρξη της εκστρατείας μας "Clear Your Plate" στην Ασία.

Περαιτέρω υποστήριξη των προσπάθειών των ξενοδόχων για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων είναι η AHLA (American Hotel and Lodging Association), η οποία το 2017 συνεργάστηκε με το Παγκόσμιο Ταμείο για τη Φύση και το Ίδρυμα Rockefeller για να ξεκινήσει το πρόγραμμα Hotel Kitchen, μια εργαλειοθήκη που προσφέρει στα ξενοδοχεία έναν οδικό χάρτη για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων. Ένα από τα μεγαλύτερα ζητήματα που αντιμετωπίζει η πλατφόρμα Hotel Kitchen είναι η σπατάλη τροφίμων που δημιουργείται από μπουφές. Το Hotel Kitchen συνιστά τη χρήση μικρότερων σκαφών στη γραμμή του μπουφέ και την αναπλήρωση ανάλογα με τις ανάγκες. Για τους παραδοσιακούς χώρους εστίασης, η εργαλειοθήκη συνιστά να προσφέρετε μεγαλύτερη ποικιλία στο μέγεθος της μερίδας, παρέχοντας στους επισκέπτες επιλογές για μια μικρότερη έκδοση μιας εισόδου ή μια επιλογή από κοινόχρηστα πιάτα.

Άλλες ευκαιρίες για τη μείωση των αποβλήτων περιλαμβάνουν την απαγόρευση του δωρεάν καλαθιού ψωμιού ή τη χρέωση των επισκεπτών με ονομαστική χρέωση για το ψωμί.

Η εργαλειοθήκη Hotel Kitchen έχει εφαρμοστεί και στις 250 διαχειριζόμενες ιδιοκτησίες της Hilton στην Αμερική ως μέρος του στόχου της εταιρείας να μειώσει κατά το ήμισυ τη σπατάλη τροφίμων έως το 2030.

7. ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΣΠΑΤΑΛΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

- **Κοινωνικές Παροχές:**

Δυστυχώς, η σπατάλη τροφίμων αποτελεί πρόβλημα σε όλο και περισσότερες χώρες χαμηλού εισοδήματος, ειδικά σε αγροπολιτισμικές κοινότητες κατά τη συγκομιδή των καλλιεργειών. Οι άνθρωποι εκεί δεν είναι σε θέση να αντέξουν οικονομικά και να αποκτήσουν αρκετά θρεπτικά τρόφιμα. Η πραγματοποίηση δωρεών τροφίμων που δεν έχουν καταναλωθεί σε περιοχές όπου υπάρχει πρόβλημα επισιτιστικής ασφάλειας θα παράσχει επαρκή τροφή για την κάλυψη των διατροφικών αναγκών και, ως εκ τούτου, θα έχει σημαντικό κοινωνικό αντίκτυπο.

Οι κοινωνικές παροχές μπορούν να συνοψιστούν:

- Παροχή βοήθειας στους πεινασμένους
- Λιγότερα σπαταλημένα τρόφιμα
- Υπερηφάνεια εργαζομένων για τις προσπάθειες εκτροπής τροφίμων - Για παράδειγμα: η μετατροπή των αποβλήτων τροφών σε ζωοτροφές είναι μια βιώσιμη διαδικασία με πολλά οφέλη.

- **Περιβαλλοντικά Οφέλη:**

Η μείωση του αποτυπώματος άνθρακα ξεκινά μόλις αρχίσετε να σπαταλάτε λιγότερους πόρους, ειδικά τρόφιμα.

- Λιγότερο φαγητό αποστέλλεται σε χώρους υγειονομικής ταφής
- Μείωση σπατάλης τροφίμων από την Πηγή
- Χτίζοντας υγιή εδάφη με Κοπρόχωμα

- Λιγότερο μεθάνιο παράγεται από τρόφιμα σε χώρους υγειονομικής ταφής
- Διατήρηση Γης & Νερού

- **Οικονομικά οφέλη:**

Η ανάληψη πρωτοβουλιών σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων κάθε εβδομάδα μπορεί να σας εξοικονομήσει χρήματα μακροπρόθεσμα. Η αγορά λιγότερων ειδών παντοπωλείου σημαίνει λιγότερα απόβλητα, αλλά βοηθά επίσης στην εξοικονόμηση πολύ χρόνου.

- Δυνατότητα μειωμένου κόστους διάθεσης
- Μειωμένη Υπεραγορά
- Έκπτωση φόρου για Δωρεά Τροφίμων
- Θετική Περιβαλλοντική Εικόνα και Δέσμευση

8. ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΣΠΑΤΑΛΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΗΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ

Η πρόληψη της σπατάλης τροφίμων στον κλάδο της φιλοξενίας απαιτεί καλύτερο σχεδιασμό και διαχείριση των αναγκών σε τρόφιμα προκειμένου να αγοραστούν τα τρόφιμα ανάλογα.

Λόγω της φύσης της εργασίας τους, τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια παράγουν αναπόφευκτα μεγάλες ποσότητες σπατάλης τροφίμων. Το ζήτημα αυτό σίγουρα απασχολεί έντονα τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων και τις αρμόδιες αρχές, όπως οι κυβερνήσεις. Θα πρέπει να ληφθούν ορισμένα μέτρα ελέγχου για να διασφαλιστεί ότι τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια μπορούν να επιτύχουν τον χειρισμό αυτού του ζητήματος. Η σπατάλη τροφίμων μπορεί να συμβεί σε διάφορα στάδια λειτουργίας

ξενοδοχείων και εστιατορίων. Οι δραστηριότητες που σχετίζονται με το χειρισμό και την προετοιμασία τροφίμων μπορεί να οδηγήσουν σε κακή ποιότητα τροφίμων λόγω άγνωστης ζήτησης, υπερβολικού αποθέματος, αναποτελεσματικής παραγωγής, κακής επικοινωνίας, συμπεριφοράς προσωπικού, άπειρου κοπαδιού, υπερβολικού μάρκετινγκ, αλλοίωσης και άλλων λόγων.

Μετά την κατανάλωση φαγητού, μπορεί επίσης να σπαταληθεί λόγω μεγάλων μερίδων παραγγελίας, αναποτελεσματικών μεθόδων εξυπηρέτησης και αποδοχής των μενού των καταναλωτών. Το είδος των αποβλήτων που παράγονται σε ξενοδοχεία και εστιατόρια εξαρτάται από τα χρησιμοποιούμενα συστατικά. Παραδείγματα περιλαμβάνουν κελύφη αυγών, φλούδες πατάτας και φρούτων, οστά, τρόφιμα που έχουν απομείνει και υλικά συσκευασίας.

8.1. Πρακτικές διαχείρισης ξενοδοχειακών αποβλήτων

Οι πρακτικές διαχείρισης των αποβλήτων τροφίμων στα ξενοδοχεία διαφέρουν από χώρα σε χώρα και από οργανισμό σε οργανισμό. Συνήθως, η σειρά προτεραιότητας είναι από την πρόληψη, την επαναχρησιμοποίηση, την ανακύκλωση και στη συνέχεια τους χώρους υγειονομικής ταφής. Για άλλους, εάν η πρόληψη δεν λειτουργήσει για αυτούς, θα προτιμούσαν να τη βελτιστοποιήσουν. Αυτό σημαίνει ότι τα απόβλητα ανακατευθύνονται για τη διατροφή ανθρώπων και ζώων. Διαφορετικά, τα απόβλητα μπορούν να κομποστοποιηθούν ή να χρησιμοποιηθούν για την παραγωγή ανανεώσιμης ενέργειας.

Γενικά, οι πρακτικές διαχείρισης αποβλήτων ξενοδοχείων περιλαμβάνουν την πρόληψη και τη μείωση, την ανακύκλωση, τη δωρεά, την κομποστοποίηση, την παρακολούθηση, τη βελτίωση της αγοράς και αποθήκευσης συστατικών, την έξυπνη εμπορευματοποίηση τροφίμων, το σχεδιασμό μενού, την εκπαίδευση των εργαζομένων, την αφοσίωση των

πελατών, τον έλεγχο των μερίδων και τις αλλαγές στο μοντέλο εξυπηρέτησης.

8.2. Τρόποι μείωσης της σπατάλης τροφίμων σε ξενοδοχεία και εστιατόρια

Η προτεραιότητα για τη διαχείριση ξενοδοχείων και εστιατορίων είναι η μείωση της σπατάλης τροφίμων με τη χρήση μεθόδων όπως:

- Ο Οργανισμός της Συμμαχίας Βιώσιμης Φιλοξενίας επισημαίνει μερικές συμβουλές για τη μείωση της σπατάλης τροφίμων:
 - Προπονηθείτε και εκπαιδεύστε τις ομάδες σας – Είναι σημαντικό οι εργαζόμενοι να λαμβάνουν κατάλληλη κατάρτιση και εκπαίδευση με βέλτιστες πρακτικές σχετικά με τη διαχείριση των αποβλήτων τροφίμων και να τους εμπλέκουν στη διαδικασία. Αυτό θα τους επέτρεπε να έχουν καλύτερη εικόνα του προβλήματος της σπατάλης τροφίμων στα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια. Η ομάδα μπορεί να επιλέξει έναν ηγέτη που θα είναι υπεύθυνος για το συντονισμό του προγράμματος διαχείρισης αποβλήτων τροφίμων.
 - Σχεδιάστε πολιτική και ανάλυση των λειτουργιών – Ανάπτυξη πολιτικής διαχείρισης αποβλήτων τροφίμων με σαφείς στόχους, διαδικασίες και στόχους (που περιλαμβάνουν την αγορά της σωστής ποσότητας τροφίμων για χρήση, επιθεώρηση του φαγητού κατά την παράδοση και σχεδιασμός μενού με τις σωστές μερίδες). Τα απόβλητα μπορούν να δημιουργηθούν σε κάθε στάδιο των εργασιών, οπότε είναι απαραίτητο να ελέγξετε τις διαδικασίες παράδοσης και αποθήκευσης, τον τρόπο παρασκευής και σερβιρίσματος του φαγητού. Το πιο

σημαντικό είναι να αποφασίσετε τι να κάνετε με τυχόν υπολείμματα για να διασφαλίσετε ότι θα αξιοποιήσετε στο έπακρο τα τρόφιμα που αγοράζετε. Για παράδειγμα, η IHG Hotels & Resorts στην Αυστραλία συνεργάστηκε με μια τοπική ΜΚΟ για την εκτροπή τροφίμων από την υγειονομική ταφή, δωρίζοντας 7.260 γεύματα σε ευάλωτα άτομα το 2020.

- ο Μετρήστε και παρακολουθήστε τον αντίκτυπό σας: Η δημιουργία μιας ομάδας εσωτερικού ελέγχου και ενός συστήματος ελέγχου για τη σπατάλη τροφίμων είναι ένας τρόπος παρακολούθησης από πού προέρχονται τα περισσότερα απόβλητα τροφίμων - η παρακολούθηση και η μέτρηση της ποσότητας αποβλήτων που παράγονται καθημερινά θα επηρεάσει γρήγορα τυχόν μέτρα μείωσης. Η διεξαγωγή ελέγχων αποβλήτων τροφίμων περιλαμβάνει την ανάλυση και την παρακολούθηση των αποβλήτων τροφίμων από το σημείο της πηγής τους έως το σημείο διάθεσής τους. Υπάρχουν δύο σημαντικοί παράγοντες που πρέπει να λάβετε υπόψη κατά τη διεξαγωγή της παρακολούθησης - η ποσότητα των τροφίμων που σπαταλήθηκαν και ο αριθμός των ατόμων που επισκέπτονται το εστιατόριο. Αυτά τα δεδομένα βοηθούν τους διαχειριστές να κατανοήσουν τις κύριες πηγές σπατάλης τροφίμων.

Τα απόβλητα τροφίμων μπορούν να ανιχνευθούν χρησιμοποιώντας δύο μεθόδους. Πρώτον, μπορούν να εφαρμοστούν συστήματα καταγραφής τροφίμων που παρακολουθούν τι είδους τρόφιμα σπαταλώνται, γιατί σπαταλάται το συγκεκριμένο είδος τροφίμων και πόσο σπαταλάται.

Το δεύτερο είναι ένα σύστημα καταγραφής κυκλοφορίας που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον προγραμματισμό μελλοντικών επισκεπτών και παραγγελιών φαγητού, λαμβάνοντας υπόψη την κίνηση που λαμβάνει το

εστιατόριο, τις αλλαγές του καιρού και άλλες πληροφορίες. Η σπατάλη τροφίμων στα εστιατόρια χωρίζεται σε δύο κατηγορίες - αυτή που συμβαίνει πριν από την εξυπηρέτηση του πελάτη και αυτή που συμβαίνει αφού ο πελάτης τελειώσει το φαγητό. Οι τύποι αποβλήτων που παράγουν τα εστιατόρια κατά την προετοιμασία των τροφίμων περιλαμβάνουν δέρματα πατάτας, φυλλώδεις πράσινες ρίζες, οστά, ακατάλληλα μαγειρεμένα τρόφιμα και διαρροές τροφίμων. Υπολογίζεται ότι το 4-10% των ωμών τροφίμων εστιατορίων εμπίπτει σε αυτή την κατηγορία. Τα τρόφιμα που δεν καταναλώνονται από τους επισκέπτες οδηγούν σε σπατάλη μαζί με τα υλικά συσκευασίας.

- Φέρτε και άλλους μαζί σας στο ταξίδι - η ευαισθητοποίηση μπορεί να αυξηθεί με τους επισκέπτες ή τις επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, ο Park Hyatt Zurich έχει αυξήσει την ευαισθητοποίηση σχετικά με το μαγείρεμα με όλα τα μέρη ενός ζώου, προετοιμάζοντας πιάτα χρησιμοποιώντας συνήθως λιγότερο επιθυμητά μέρη και παρουσιάζοντάς τα στο εστιατόριό του. Ο εκτελεστικός σεφ μίλησε επίσης σε συνέδριο για να εμπλέξει περισσότερους σεφ σε αυτό το θέμα.

Σύμφωνα με το Γραφείο Στατιστικών Εργασίας, το μέσο αμερικανικό νοικοκυριό ξοδεύει περισσότερα από 3.000 δολάρια ετησίως για φαγητό έξω. Αυτό όχι μόνο απαιτεί μια εκπληκτική ποσότητα πλαστικών συσκευασιών και σκευών, αλλά παράγει επίσης πολλά χαμένα τρόφιμα. Η βιομηχανία εστιατορίων ξοδεύει περίπου 162 δισεκατομμύρια δολάρια κάθε χρόνο σε κόστος που σχετίζεται με τη σπατάλη τροφίμων.

Το πρόβλημα που επισημαίνεται εδώ είναι η αναγνώριση του μεγέθους των μερίδων. Είναι απαραίτητο να εκπαιδεύσουμε τους ανθρώπους να παραγγείλουν μόνο αυτό που θα φάνε. Συχνά συμβαίνει να καταλήγουν σε τρόφιμα που έχουν απομείνει, ειδικά με τις σημερινές τεράστιες μερίδες φαγητού, τις οποίες οι πελάτες μπορούν να πάρουν στο σπίτι για ένα άλλο γεύμα.

Η πρόκληση για την αντιμετώπιση των αποβλήτων δεν είναι η

παραγωγή λιγότερων τροφίμων, αλλά η σπατάλη λιγότερων στη διαδικασία.

Μερικές ακόμη συμβουλές περιλαμβάνουν:

- **Ετικέτες λήξης σε τρόφιμα που είναι απολύτως καλά για κατανάλωση.**

Η Ένωση Κατασκευαστών Παντοπωλείων, το Ινστιτούτο Μάρκετινγκ Τροφίμων και το Πανεπιστήμιο του Χάρβαρντ έχουν συνδυάσει τις προσπάθειες για την ενημέρωση των ετικετών λήξης σχετικά με την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων. Προτείνονται δύο φράσεις για να απλοποιήσετε τον τρόπο με τον οποίο μπορείτε να πείτε τι είναι ακόμα καλό να καταναλώνετε:

ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΑΝ:

- USED BY περιγράφει την ποιότητα "όπου το προϊόν μπορεί να μην έχει την αναμενόμενη γεύση ή την αναμενόμενη απόδοση, αλλά είναι ασφαλές για κατανάλωση";
- USE BY ισχύει για "τα λίγα προϊόντα που είναι ιδιαίτερα αλλοιώσιμα ή / και έχουν ανησυχίες για την ασφάλεια των τροφίμων με την πάροδο του χρόνου."

- **Διαλογή και ζύγιση σπατάλης τροφίμων**

Η σπατάλη τροφίμων μπορεί εύκολα να οργανωθεί με διαφορετικούς κάδους για συγκεκριμένους τύπους απορριμμάτων τροφίμων. Ανακυκλώσιμα αντικείμενα όπως συσκευασίες τροφίμων, γυάλινα, χάρτινα και πλαστικά μπουκάλια μπορούν να συλλεχθούν ξεχωριστά από τα οργανικά απόβλητα, όπως υπολείμματα τροφίμων και λιπασματοποιησιμα συστατικά τροφίμων. Αυτές οι κύριες κατηγορίες μπορούν να χωριστούν σε κρέατα, φρέσκα φρούτα, λαχανικά, πλαστικά, γυαλί κ.λπ..

- **Κομποστοποίηση** - Η κομποστοποίηση των υπολειμμάτων τροφίμων για να τα κρατήσουμε μακριά από χώρους υγειονομικής ταφής έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση της ποσότητας των αερίων του θερμοκηπίου. Τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια μπορούν να προγραμματίσουν να κομποστοποιήσουν τυχόν κομποστοποιήσιμα απόβλητα τροφίμων που εμφανίζονται στις εγκαταστάσεις τους. Η κομποστοποίηση μπορεί να γίνει μόνη της ή με κατάλληλο συνεργάτη. Η αποσύνθεση των οργανικών αποβλήτων τροφίμων μπορεί να συμβεί από μικροοργανισμούς. Το κομπόστ παράγεται αφήνοντας τα απόβλητα τροφίμων να συσσωρεύονται σε ένα λάκκο για μια χρονική περίοδο ή χρησιμοποιώντας μια μηχανή κομποστοποίησης και στη συνέχεια χρησιμοποιείται ως λίπασμα για τα φυτά.
- **Ανακύκλωση απορριμμάτων τροφίμων εστιατορίων**- Ανάπτυξη ενός συστήματος που θα διασφαλίζει ότι όλα τα ανακυκλώσιμα είδη αποβλήτων τροφίμων ανακυκλώνονται πάντα. Τα οργανικά απόβλητα τροφίμων μπορούν να κομποστοποιηθούν για να αποκτήσουν θρεπτική κοπριά για τις καλλιέργειες και μπορούν επίσης να χρησιμεύσουν ως βελτιωτικό εδάφους. Τα ανόργανα απόβλητα, όπως τα πλαστικά και το γυαλί, μπορούν να επαναχρησιμοποιηθούν ή να ανακυκλωθούν.
- **Αποτέφρωση** - Αυτό περιλαμβάνει την καύση των αποβλήτων τροφίμων. Αυτή η μέθοδος χρησιμοποιείται κυρίως για τη διάθεση επικίνδυνων και τοξικών αποβλήτων τροφίμων. Η τέφρα, η οποία βγαίνει ως υποπροϊόν μπορεί να παρέχει πολύτιμα θρεπτικά συστατικά στις καλλιέργειες.
- **Αποθήκευστε σωστά το φαγητό**- Διασφάλιση της σωστής διαχείρισης και αποθήκευσης των τροφίμων. Η κατάψυξη τροφίμων που δεν μπορούν να καταναλωθούν αμέσως είναι ένας τρόπος διατήρησης τροφίμων που θα μπορούσαν να καταναλωθούν αργότερα. Η αποθήκευση των συστατικών απαιτεί ορισμένες ενέργειες όπως: έλεγχος των παραδόσεων, επικοινωνία με τους προμηθευτές, καλή χρήση του φύλλου απογραφής, αποθήκευση στο σωστό μέρος,

συνθήκες αποθήκευσης, επικοινωνία με το προσωπικό της κουζίνας, τακτική παρακολούθηση της κατάστασης των τροφίμων.

- **Δωρίστε φαγητό σε κυλικεία τροφίμων ή παραδώστε τα υπολείμματα** σε άτομα που μπορεί να το χρειαστούν. Αρκετές χώρες σε όλο τον κόσμο βρίσκονται μπροστά από την καμπύλη όσον αφορά την αντιμετώπιση της σπατάλης τροφίμων. Για παράδειγμα, στη Γαλλία, είναι υποχρεωτική η δωρεά τροφίμων που είναι πιθανό να απορριφθούν, αλλά είναι ασφαλή για κατανάλωση. Οι σουηδικές πόλεις χρησιμοποιούν τα απόβλητα τροφίμων για να παράγουν καύσιμα για τις δημόσιες μεταφορές με λεωφορεία. Στη Δανία, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ένα app για να βρείτε εστιατόρια και αρτοποιεία που πρόκειται να κλείσουν και να αγοράσετε τα υπόλοιπα τρόφιμά τους με ένα κλάσμα του κόστους.

8.3. Επαναχρησιμοποίηση

Η επαναχρησιμοποίηση τροφίμων γίνεται δημοφιλής μεταξύ των επιχειρήσεων σε ολόκληρο τον τομέα της φιλοξενίας. Τα υπολείμματα μπορούν να συλλεχθούν για αναδιανομή. Το Real Junk Food Project είναι ένα παγκόσμιο κίνημα με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο με στόχο να «σταματήσει» το πλεόνασμα τροφίμων. Αυτό επιτυγχάνεται με την αναχαίτιση της σπατάλης τροφίμων από διάφορα μέρη, όπως ξενοδοχεία και εστιατόρια, και τη χρήση τους ως συστατικό για την προετοιμασία και το σερβίρισμα στα πολλά καφέ και τους αναδυόμενους πάγκους σε όλη τη χώρα. Το Real Junk Food Project εκτελεί επίσης ένα πρόγραμμα "Pay As You Feel" - βασικά, πληρώνετε ό, τι θέλετε. Μπορείτε να αποχωριστείτε τα χρήματά σας ή το χρόνο σας βοηθώντας ως εθελοντής εάν θέλετε. Ο στόχος είναι να διασφαλιστεί ότι όλοι έχουν πρόσβαση σε ένα γεύμα, το οποίο όλοι θα μπορούσαν, εάν αυτό το χρησιμοποιήσιμο φαγητό δεν πάει σε χώρους υγειονομικής ταφής.

Εκτός από αυτό, γίνεται ένα πιο δημοφιλές σχέδιο σε όλο τον κόσμο.

με χώρες όπως η Νέα Ζηλανδία και η Αυστραλία να υιοθετούν την πρωτοβουλία. Ο Nic Loosely, άνοιξε Everybody Eats και οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν ένα γεύμα τριών πιάτων με φαγητό που θα είχε πάει μόνο στη χωματερή. Το φαγητό θα είχε πάει χαμένο διαφορετικά και χρησιμοποιείται καλύτερα για να βοηθήσει στη διατροφή εκείνων που μπορεί να μην μπορούν να απολαύσουν ένα γεύμα διαφορετικά.

8.4. Παραγωγή κλειστού κύκλου

Το ξενοδοχείο μπορεί να αναπτύξει τα δικά του προϊόντα για την κουζίνα. Ο κήπος μπορεί να γονιμοποιηθεί με υπολείμματα τροφίμων και να αρδευτεί με ανακυκλωμένο νερό. Κάθε ξενοδοχείο ή εστιατόριο με τη δυνατότητα να το κάνει θα πρέπει να εξετάσει τη φύτευση ενός κήπου για τη χρήση της κουζίνας του, ακόμη και αν είναι απλώς ένας μικρός κήπος βοτάνων - οποιαδήποτε μικρή αλλαγή μπορεί να μειώσει την ανάγκη δυνητικά υπεραγοράς από έναν προμηθευτή.

8.5. Προγραμματίστε γεύματα και δημιουργήστε λίστες αγορών

Ο σχεδιασμός του μενού είναι ένα κρίσιμο βήμα στην πολιτική μείωσης των αποβλήτων. Το μενού σχεδιάζει τα πιάτα που θα παρουσιαστούν στους πελάτες. Έτσι, το μενού μπορεί να επηρεάσει σημαντικά την ποσότητα των παραγόμενων αποβλήτων τροφίμων. Ως εκ τούτου, το μενού πρέπει να στοχεύει στην ελαχιστοποίηση της σπατάλης τροφίμων τόσο στην κουζίνα όσο και μετά το σέρβις. Τα θέματα που πρέπει να ληφθούν υπόψη στο σχεδιασμό του μενού είναι προκειμένου να μειωθεί η σπατάλη τροφίμων είναι: η ακριβής πρόβλεψη, η μεγιστοποίηση των συστατικών, το μέγεθος των μερίδων, η ενσωμάτωση εποχιακών υλικών, η συρρίκνωση των επιλογών των πιάτων στο μενού. Αναμφισβήτητα, ο σχεδιασμός ενός τέτοιου μενού απαιτεί προσαρμογές ανάλογα με τις

αλλαγές στις προτιμήσεις και την εποχικότητα των πελατών.

8.6. Απόβλητα μακριά: φύλλα και κορυφές

Η ενσωμάτωση του μενού με συνταγές σπατάλης τροφίμων - φλούδες, φύλλα και κορυφές, μίσχοι - είναι μια θαυμάσια λύση για την καταπολέμηση της σπατάλης τροφίμων.

Η δική μας εμπειρία στην Ιταλία μας έδειξε πώς ένα εστιατόριο μπορεί να δημιουργήσει κάτι όμορφο από συστατικά που συχνά πετιούνται.

Το όραμα σε πολλά εστιατόρια είναι να χρησιμοποιήσετε κάθε μέρος του προϊόντος.

Οι ακόλουθες ιδέες περιγράφουν πώς τα απόβλητα ενός προϊόντος μπορούν να μαγειρευτούν και έτσι να καταναλωθούν.

- Τα σπιτικά τσιπς λαχανικών είναι ιδανικά για τραγανές και εύκολες πατάτες. Είναι πολύ καλύτερα από τα προσσκευασμένα είδη που αγοράζονται από το κατάστημα, τα οποία συχνά περιέχουν πρόσθετα. Μπορούν να παρασκευαστούν από ψιλοκομμένα λαχανικά ρίζας που έχουν απομείνει καθώς και από εξωτερικά φύλλα λαχανάκια Βρυξελλών, άκρες γλυκοπατάτας, πολτό τεύτλων, φλούδες καρότου ή πατάτας.
- Το «ρύζι» κουνουπιδιού είναι ένα εξαιρετικό συνοδευτικό για όσους θέλουν να περιορίσουν την πρόσληψη υδατανθράκων. Είναι μια τέλεια εναλλακτική λύση που δημιουργεί μια νόστιμη γαρνιτούρα χωρίς υδατάνθρακες. Τα ακατέργαστα στελέχη κουνουπιδιού, τα οποία συχνά απορρίπτονται, είναι ιδανικά για το ψήσιμο μεξικάνικων φασολιών, μαζί με τα μπουκετάκια.
- Οι υπερώριμες μπανάνες που γίνονται μαύρες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να φτιάξουν ένα νόστιμο vegan μάφιν μπανάνας.

- Οι γλυκές και υπέροχες ζαχαρωμένες φλούδες πορτοκαλιού και λεμονιού είναι εκπληκτικά εύκολο να γίνουν και ιδανικές για δώρα διακοπών. Οι φλούδες εσπεριδοειδών περιέχουν επίσης περισσότερη βιταμίνη C από το ίδιο το φρούτο, καθιστώντας τα εξαιρετικά υγιεινά. Βουτήξτε τα σε μαύρη σοκολάτα για μια κομψή λιχουδιά ή ψιλοκόψτε τα για μπισκότα, κέικ, μάφιν και γρήγορες λιχουδιές. Μπορείτε επίσης να το προσθέσετε σε ψωμί και άλλα αρτοσκευάσματα.
- Όλοι γνωρίζουν πόσο υγιής είναι ένας ζωμός οστών. Συλλέξτε τα οστά του βόειου κρέατος από ψητό πλευρό, μπριζόλες με κόκαλο και κοντά παϊδάκια και αποθηκεύστε τα στην κατάψυξη για να φτιάξετε ένα θρεπτικό ζωμό οστών. Κάνει μια εξαιρετική βάση για σούπες.
- Τα παιδιά πολύ συχνά κόβουν τις κρούστες των σάντουιτς τους. Αντί να τα πετάξετε, αποθηκεύστε αυτές τις κρούστες στην κατάψυξη και χρησιμοποιήστε τις ως συστατικό σε ένα επιδόρπιο. Κρεμώδης πουτίγκα λευκής σοκολάτας και μια παρακμιακή σάλτσα λευκής σοκολάτας, είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να δημιουργήσετε ένα επιδόρπιο με συστατικά στο χέρι.
- Η φρυγανιά είναι ένα εξαιρετικό συστατικό στην κουζίνα και ένας πολύ καλός τρόπος για να καταναλώσετε ψωμί σε αποσύνθεση. Σε μόλις 20 λεπτά, συν λίγο ελαιόλαδο, αλάτι, ένα μούλτι και φούρνο, μπορείτε να ετοιμάσετε φέτες ψωμιού. Μπορεί να μετατραπεί σε ένα ευπροσάρμοστο ψίχουλο ψωμιού.
- Μια άλλη ιδέα είναι να προετοιμάσετε ένα νόστιμο ζελέ μήλου χρησιμοποιώντας τους σπόρους και το δέρμα των μήλων. Με μόλις τέσσερα συστατικά και λίγα βάζα μαστόρων, μπορείτε να φτιάξετε αυτό το νόστιμο ζελέ μήλου με γεύση φωτιάς.

Συμπερασματικά, προκειμένου να αντιμετωπιστεί η πρόκληση της διαχείρισης της σπατάλης τροφίμων, είναι επιτυχής η ανάληψη ορισμένων δράσεων για την ελαχιστοποίηση της ποσότητας διαφορετικών τύπων αποβλήτων τροφίμων σε ξενοδοχεία και εστιατόρια:

- Συμμετοχή του προσωπικού σε συνομιλίες
- Αφήνοντας κατά μέρος συγκεκριμένα δοχεία για διάθεση διαφορετικών τύπων αποβλήτων τροφίμων
- Καταγραφή των διαφόρων τύπων και ποσοτήτων αποβλήτων τροφίμων
- Αναθεώρηση τιμολογίων και άλλων σχετικών εγγράφων

Συνοψίζοντας τις ιδέες μείωσης της σπατάλης τροφίμων που εφαρμόζονται σε ξενοδοχεία και εστιατόρια:

- Αλλαγή του μενού
- Αλλαγή της στρατηγικής αγοράς υλικών τροφίμων
- Εκπαίδευση του προσωπικού σας σχετικά με τις πολιτικές και τις διαδικασίες λειτουργίας
- Επενδύοντας σε υψηλής ποιότητας εξοπλισμός κουζίνας
- Αλλαγή των πιάτων σας, με τέτοιο τρόπο ώστε να μειώνονται οι μερίδες που σερβίρονται
- Η σωστή αποθήκευση φρούτων και λαχανικών, με τέτοιο τρόπο ώστε να μειώνονται οι απώλειες από τον αλλοιώσιμο χαρακτήρα.
- Χρησιμοποιώντας "first in first out" στρατηγική της έκδοση πρώτων υλικών τροφίμων
- Διενέργεια τακτικών απολογισμών πρώτων υλών τροφίμων, ώστε να αποφεύγεται η υπερ αποθήκευση αποθεμάτων

9. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η διάθεση των αποβλήτων τροφίμων παραμένει ένα πολύπλοκο ζήτημα, καθώς εμπλέκονται πολλοί παράγοντες. Τα διαθέσιμα στοιχεία σχετικά με τη σπατάλη τροφίμων στα εστιατόρια δείχνουν ότι έχει πολλές σοβαρές επιπτώσεις στο περιβάλλον, τις πωλήσεις και την ποιότητα ζωής στην κοινωνία. Είναι σαφές ότι το πρόβλημα της διάθεσης των αποβλήτων σε ξενοδοχεία και εστιατόρια δεν έχει αντιμετωπιστεί ακόμη με τη βέλτιστη λύση. Ωστόσο, δείχνει ότι καταβάλλονται σημαντικές προσπάθειες από τα ενδιαφερόμενα μέρη για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του προβλήματος της σπατάλης τροφίμων σε ξενοδοχεία και εστιατόρια.

Ένα βασικό εύρημα της ακαδημαϊκής έρευνας είναι η σημασία της ανάπτυξης συνεργασιών μεταξύ παρόχων φιλοξενίας και άλλων επιχειρήσεων, μη κερδοσκοπικών και θεσμικών ενδιαφερόμενων μερών. Η στενότερη συνεργασία υπογραμμίζει τη σημασία της προσέγγισης διαφόρων (και ενίοτε ανταγωνιστικών) ενδιαφερόμενων μερών, του συνδυασμού τύπων καινοτομίας και παραγωγής καινοτομίας και της αποτελεσματικότερης αποδοχής μεταξύ τους. Αυτό απαιτεί περισσότερη έρευνα, εργαλεία και έννοιες για τον σχεδιασμό καινοτόμων πρακτικών που θα υποστηρίξουν το σύστημα διαχείρισης αποβλήτων τροφίμων που θα βελτιώσει τις συνθήκες. Ως δραστηριότητα έντασης εργασίας που συχνά αργεί να καινοτομήσει, ο κλάδος της φιλοξενίας μπορεί να βοηθήσει άλλες εταιρείες και ιδρύματα να μοιραστούν τις γνώσεις, τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους για να υποστηρίξουν τον κλάδο να επιτύχει τον στόχο του για μείωση κατά το ήμισυ της σπατάλης τροφίμων έως το 2030.

ΠΗΓΕΣ

- The hospitality industry's relationship with waste, August 30, 2018, <https://www.openaccessgovernment.org/hospitality->

industry-waste/51174/

- Sustainable Hospitality Alliance, Top tips for hotels on reducing food waste, <https://sustainablehospitalityalliance.org/top-tips-for-hotels-on-reducing-food-waste/>
- Brittany Truong, Mar 15, 2019, Food Waste: The Hospitality Industry's Role, <https://www.greenhospitality.io/post/food-waste-the-hospitality-industry-s-role>
- Food waste Factsheet, file:///C:/Users/user/Downloads/Food-waste-factsheet.pdf
- Food waste in hospitality and food services, 10 October 2020, <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652620329061#bib30>
- Definition of food loss and waste, <https://www.unep.org/thinkeatsave/about/definitionfood-loss-and-waste>
- 10 FOOD WASTE FACTS, <https://olioex.com/food-waste/food-waste-facts/>
- Dr Carlos Martin-Rios, Food waste management innovations in the foodservice industry, <https://hospitalityinsights.ehl.edu/food-waste-management-innovations>
- By Christina Jelski, Nov 03, 2019, Hotels tackling food waste as step toward sustainability, <https://www.travelweekly.com/Travel-News/Hotel-News/Hotels-tackling-food-waste-as-step-toward-sustainability>
- <https://www.greenhospitality.io/fbplaybook?pgid=l0gtpah9-c8f73901-5d21-42a3-a3bf-ab169b88c8a0>

- NMRA, Food Waste Management in Your Restaurant, <https://www.nmrestaurants.org/food-waste-management-restaurant/>
- The Benefits of Reducing Food Waste, October 14, 2021, <https://pela.earth/blogs/news/the-benefits-of-reducing-food-waste>
- <https://www.leanpath.com/>
- Global Issues: Food Security, <https://www.peacecorps.gov/educators/resources/global-issues-food-security/>
- Adam Handling, 5 May 2020, Eggs, milk, bananas, bread: four recipes to combat food waste, <https://www.greatbritishchefs.com/features/food-waste-recipes-adam-handling>
- Loth Shefalee, 26 Jun 2019, Three food waste facts everyone needs to know, <https://www.which.co.uk/news/article/three-food-waste-facts-everyone-needs-to-know-aIHRD3H1gpEv>
- Food waste in hospitality: why it matters and how to avoid it, 22 Nov 2021, <https://verive.eu/en/articles/food-waste-in-the-hospitality-industry-en>
- Marta Machado, 25 February 2021, Food Waste prevention in the hospitality sector – food for thought, https://food.ec.europa.eu/system/files/2021-03/fw_eu-platform_20210225_sub-ai_pres-08.pdf
- Food Waste Management In Hotels & Restaurants, June 16, 2022, <https://www.ecepl.com/food-waste-management/>
- Cathy Jacobs, 04/21/21, 30 Recipes to Use Up Food Scraps "Waste

not want not" never tasted so good!,
<https://www.thespruceeats.com/recipes-to-use-up-food-scraps-5179510>

- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>
- UN Environment Programme,
<https://www.unep.org/thinkeatsave/get-informed/worldwide-food-waste>
- Zuckerman, A., 2020, 48 FOOD WASTE STATISTICS 2020/2021: CAUSES, IMPACT & Solutions, <https://comparecamp.com/food-waste-statistics/>
- Three food waste facts everyone needs to know, 26 Jun 2019, <https://www.which.co.uk/news/article/three-food-waste-facts-everyone-needs-to-know-alHRD3H1gpEv>
- UNITED NATIONS: Sustainable Development Goals, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>
- Uncovering the Global Food Scandal (Penguin, 2009) <https://www.unep.org/thinkeatsave/get-informed>
- Food Waste in America in 2022: Statistics + Facts, <https://www.rts.com/resources/guides/food-waste-america/>
- REDUCE PROJECT, Ministry of the Environment, Land and Sea of Italy, https://www.sprecozero.it/wp-content/uploads/2019/07/REDUCE-FINAL_SDG-12.3-ITALY_FOOD-WASTE-1.pdf
- LOVE FOOD HATE WASTE, <https://www.lovefoodhatewaste.nsw.gov.au/>

- Managing Food Waste In The Hospitality Industry, Oct. 30, 2018, <https://ineedachef.com.au/managing-food-waste-hospitality-industry/>
- South Africa wastes 10-million tonnes of food every year, <https://www.averda.com/rsa/news/south-africa-wastes-10-million-tonnes-of-food-every-year>
- International Day of Awareness of Food Loss and Waste, https://food.ec.europa.eu/safety/food-waste/international-day-awareness-food-loss-and-waste_en
- Trinity Bond, Apr. 4, 2018, Reasons Behind Food Waste in the Hospitality Industry, <https://www.linkedin.com/pulse/reasons-behind-food-waste-hospitality-industry-room-hygiene-expert>
- The hospitality industry's relationship with waste, August 30, 2018, <https://www.openaccessgovernment.org/hospitality-industry-waste/51174/>
- Patrick Ryan, Jun 27, 2018, Dubai's lavish hotel and restaurant displays a major source of food waste, campaigners say, <https://www.thenationalnews.com/uae/dubai-s-lavish-hotel-and-restaurant-displays-a-major-source-of-food-waste-campaigners-say-1.744839>
- <https://www.mori2a.com/en/dont-stop/news/prodotti/stop-food-waste/>
- European Week for Waste Reduction, <https://ewwr.eu/>
- HOW HOTEL AND RESTAURANT INDUSTRY REUSE AND RECOVER FOOD WASTES, June 19, 2020, <https://reurasia.com/how-hotel-and-restaurant-industry-reuse-and-recover-food-wastes/>
- Dr Carlos Martin-Rios, Food waste management innovations in

the foodservice industry,
<https://hospitalityinsights.ehl.edu/food-waste-management-innovations>

- Food and the Environment, <https://foodprint.org/the-total-footprint-of-our-food-system/issues/food-and-the-environment/>
- The Food and Agriculture Organization of the United Nations, International Day of Awareness of Food Loss and Waste, <https://www.fao.org/international-day-awareness-food-loss-waste/en/>
- <https://www.statista.com/chart/24349/estimated-annual-global-food-waste-by-sector/>
- https://zerowastebulgaria.org/en/about_us-3/
- Roberta Kostadinova22. February 2022, FoodObox: Bulgarian startup saves meals and battles food waste, <https://www.trendingtopics.eu/foodobox-bulgarian-startup-saves-meals-and-battles-food-waste/>
- Green Skills Gap in the Bulgarian Tourism Industry, 2021, Maya Ivanova, Stanislav Ivanov, Irina Petkova. <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/scc.2021.0016>
- THE ASSOCIATED PRESS, July 7, 2022, Record number of people worldwide are moving toward starvation, U.N. warns, <https://www.npr.org/2022/07/07/1110219180/record-number-of-people-worldwide-are-moving-toward-starvation-u-n-warns?t=1658997002055>

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ

Το Εθνικό Επαγγελματικό Λύκειο Κτηνιατρικής "Prof. Dr. Dimitar

Dimon" είναι η παλαιότερη κτηνιατρική σχολή στη Βουλγαρία. Η Κτηνιατρική Σχολή Lovech ιδρύθηκε το 1946 και είναι η παλαιότερη στη Βουλγαρία. Οι μαθητές που σπουδάζουν σε αυτό προέρχονται από 13 περιοχές - από τον ποταμό Τιμοκ έως τη Μαύρη Θάλασσα, κυρίως από τη Βόρεια Βουλγαρία. Συνολικά, το σχολείο έχει 13 τάξεις, χωρισμένες αντίστοιχα - 7 - κτηνιατρική και 6 - τεχνολογία τροφίμων. Την τελευταία χρονιά το σχολείο έλαβε την αναγνώριση κύρους για το καινοτόμο σχολείο με το έργο «ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΥΓΧΡΟΝΩΝ ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΗ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΣΙΤΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΖΩΟΤΕΧΝΙΑΣ “

Το Γεωργικό Λύκειο προσελκύει μαθητές από όλη τη Βόρεια Βουλγαρία. Η υψηλή ποιότητα της επαγγελματικής κατάρτισης και η ισχυρή κοινωνική πολιτική της σχολής είναι τα κύρια χαρακτηριστικά που καθιστούν τη σχολή προτιμώμενο χώρο εκπαίδευσης στην κτηνιατρική και την τεχνολογία τροφίμων.

Το σχολείο συνεργάζεται με πανεπιστήμια και συμμετέχει σε επιστημονικά συνέδρια νέων. Οι φοιτητές λαμβάνουν ποιοτική εκπαίδευση για την ανάπτυξη των βιομηχανιών κτηνοτροφίας και τροφίμων. Αυτή τη στιγμή έχουμε 288 μαθητές και 35 καθηγητές. Οι κύριες προτεραιότητες στην εκπαιδευτική πολιτική του σχολείου μας είναι αποτέλεσμα της συνειδητοποίησης των εκπαιδευτικών στάσεων και της ανακρίβειας από την αλλαγή στην υψηλότερη ποιότητα της ακαδημαϊκής δραστηριότητας έως τον εκσυγχρονισμό της επαγγελματικής εκπαίδευσης, την αυστηρότερη κατανόηση των δικαιωμάτων του παιδιού και την εκπαίδευση στο πνεύμα των εθνικών και εθνοτικών αξιών.



10. Πρακτικές ασκήσεις για τους δασκάλους που θα εφαρμοστούν στην τάξη

Mamak District Directorate of National
Education

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΣΚΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥΣ ΣΧΟΛΕΙΟΥ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΦΑΡΜΟΖΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΤΑΞΗ

1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με διαφορετικούς τίτλους όπως επιχειρηματικότητα, διαχείριση μικρών επιχειρήσεων, επιχειρηματική ανάπτυξη, δημιουργία νέων επιχειρήσεων, διαχείριση νέων επιχειρήσεων ή ανάπτυξη επιχειρήσεων, πολλά προπτυχιακά και μεταπτυχιακά προγράμματα στη φιλοξενία και τη διαχείριση τουρισμού προσφέρουν επιχειρηματική εκπαίδευση (ΕΕ) ως υποχρεωτικό ή εκλεκτικό μάθημα (Ahmad, 2015). Η προσφορά του μαθήματος που σχετίζεται με την ΕΕ θεωρείται πολύ σημαντική, καθώς ο στόχος είναι να παρέχει στους φοιτητές τις απαραίτητες γνώσεις για την έναρξη μιας επιχείρησης και να εξοπλίσει τους φοιτητές με τις απαραίτητες δεξιότητες και ικανότητες για να γίνουν αποτελεσματικοί διευθυντές στις βιομηχανίες φιλοξενίας και τουρισμού. Οι μαθητές θα έχουν επίσης μια έκθεση προς την καλύτερη κατανόηση της έννοιας της επιχειρηματικότητας και θα μάθουν πώς να είναι καινοτόμοι και επιτυχημένοι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων. Με άλλα λόγια, το βασικό σκεπτικό για την προσφορά αυτού του μαθήματος είναι η διευκόλυνση της μετάβασης των αποφοίτων στην αυτοαπασχόληση, καθώς και η ενίσχυση της απασχολησιμότητάς τους να εργαστούν στους κλάδους της φιλοξενίας και του τουρισμού που χαρακτηρίζονται από ευμετάβλητο, πολύπλοκο και αβέβαιο επιχειρηματικό περιβάλλον. Ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα στην επιχειρηματικότητα είναι το πώς πρέπει να διδάσκεται το μάθημα (Pittaway & Core, 2006). Οι εκπαιδευτικοί εξακολουθούν να αγωνίζονται να βρουν τους κατάλληλους εκπαιδευτικούς στόχους και λίγα είναι γνωστά για τις αποτελεσματικές τεχνικές διδασκαλίας για την ΕΕ (Brockhaus, Hills, Klandt, & Welsch, 2001). Παρά το γεγονός ότι υπάρχουν μελέτες σε αυτόν τον τομέα, οι περισσότερες από αυτές τις μελέτες πραγματοποιήθηκαν στο πλαίσιο των προοπτικών της σχολής επιχειρήσεων (Kuratko, 2005; Σολομών, 2007). Οι μελέτες για την ΕΕ που έγιναν εκτός των σχολών επιχειρήσεων περιλαμβάνουν τη διαχείριση του αθλητισμού (Ratten, 2011), τη μηχανική και την επιστήμη (Handscombe,

Rodriguez-Falcon, & Patterson, 2008), την κτηνιατρική (Henry & Treanor, 2010), την τέχνη (Gose, 1997), τη γεωγραφία, τη γη, την περιβαλλοντική επιστήμη (Maguire & Guyer, 2004), τη νοσηλευτική (Dickerson & Nash, 1999), το πτυχίο ιατρικής (Padilla, White, Bovee, & McQueen, 2011) και την ιστορία και τη μουσική (Mangan, 2004).

Δεδομένης της σπανιότητας των μελετών που διεξάγονται εκτός της σχολής επιχειρήσεων, ορισμένοι μελετητές έχουν ζητήσει μια νέα προσέγγιση για την ΕΕ (Gibb, 2005; Κίρμπι, 2004; Volkmann et al., 2009) ενώ άλλοι ήταν πιο συντηρητικοί υποστηρίζοντας ότι η τρέχουσα παιδαγωγική στην ΕΕ θα πρέπει κυρίως να αναθεωρηθεί για να παρέχει μια αποτελεσματική και αποδοτική στρατηγική διδασκαλίας και μάθησης (Mwasalwiba, 2010). Η ανάπτυξη μιας «επιχειρηματικής νοοτροπίας» μέσα στο περιβάλλον της τάξης είναι μια πρόκληση για κάθε εκπαιδευτικό, πόσο μάλλον να δημιουργήσει ένα νέο εγχείρημα (Gibb & Price, 2014). Απαιτεί τη διαμόρφωση μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής μάθησης και διδασκαλίας που ευθυγραμμίζει τα επιδιωκόμενα μαθησιακά αποτελέσματα με την αποτελεσματική επιλογή της παιδαγωγικής. Η παιδαγωγική ή η μέθοδος διδασκαλίας είναι υψίστης σημασίας στη μαθησιακή διαδικασία, περιλαμβάνοντας αποτελεσματική μέθοδο, ικανό εκπαιδευτή και επαρκείς διδακτικές εγκαταστάσεις. Δεδομένου ότι υπάρχει κατά κάποιο τρόπο συναίνεση μεταξύ των μελετητών της ΕΕ ότι η επιχειρηματικότητα μπορεί να διδαχθεί (Ismail, 2010), η έμφαση τώρα μετατοπίζεται στο τι πρέπει να διδάσκεται και πώς πρέπει να διδάσκεται ("Chief Scientist", 2015; Φαγιόλ, 2007; Λουρένκο & Τζόουνς, 2006). Ωστόσο, οι Rideout και Gray (2013) υποστήριξαν ότι παρόλο που έχει σημειωθεί κάποια πρόοδος στην ΕΕ, ο τομέας βρίσκεται ακόμη σε πολύ πρώιμο στάδιο ανάπτυξης.

Η αύξηση της ανάπτυξης της βιομηχανίας φιλοξενίας και τουρισμού τα τελευταία χρόνια δημιουργεί μια τεράστια ευκαιρία για τους επιχειρηματίες, ιδιαίτερα τους νέους επιχειρηματίες ηλικίας 20-35 ετών (Hospitalitynet, 2016). Δεδομένου αυτού του γεγονότος, είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τους εκπαιδευτικούς να διασφαλίσουν ότι αυτή η γενιά μαθητών αποφοιτά με ένα μείγμα δεξιοτήτων που θα τους εξοπλίσει για

αυτό το επάγγελμα, με την ικανότητα να είναι ευέλικτοι, προσαρμοστικοί και προνοητικοί. Ο όρος επιχειρηματικότητα είναι πάντα περιστρεφόμενος και ποικίλλει μεταξύ διαφορετικών κλάδων και τομέων, καθιστώντας δύσκολο για τους ανθρώπους να τον ορίσουν. Για παράδειγμα, οι Jones και English (2004) ορίζουν την επιχειρηματικότητα ως «τη διαδικασία παροχής στα άτομα της ικανότητας να αναγνωρίζουν τις εμπορικές ευκαιρίες και τη διορατικότητα, την ιδιοτέλεια, τις γνώσεις και τις δεξιότητες για να δράσουν σε αυτές». Οι Sewell και Poll (2010) από την άλλη πλευρά ορίζουν την επιχειρηματικότητα ως «την επιθυμία, τα κίνητρα και τις δεξιότητες που είναι απαραίτητες για την έναρξη και τη διαχείριση μιας επιτυχημένης επιχείρησης». Σύμφωνα με τους Olsen και Mykletun (2012), δεν υπάρχει αμφιλεγόμενος λειτουργικός ορισμός της επιχειρηματικότητας, όπως αυτοί που ορίζονται παραπάνω. ως εκ τούτου, πρότειναν τη χρήση του θεμελιώδους στόχου ως βάσης για τη διαμόρφωση της επιχειρηματικότητας.

Ένας από τους πιο συχνά χρησιμοποιούμενους θεμελιώδεις στόχους της επιχειρηματικής εκπαίδευσης είναι να ενθαρρύνει τους μαθητές να δημιουργήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις (Harkema & Schout, 2008). Ωστόσο, η δημιουργία δικής της επιχείρησης δεν είναι ο κύριος στόχος της φιλοξενίας και της τουριστικής εκπαίδευσης. Ως εκ τούτου, αυτός ο ορισμός δεν είναι αρκετά εφαρμόσιμη για ΗΤΡ (Olsen & Mykletun, 2012). Έτσι, πρότειναν έναν νέο όρο που ονόμασαν «επιχειρηματικότητα», έναν συνδυασμό των λέξεων «επιχειρηματικότητα» και «φιλοξενία». Η *Entrepreatality* επικεντρώνεται στη διαδικασία χρήσης των διαθέσιμων πόρων για τη δημιουργία αξίας σε έναν πελάτη, ενώ η ΕΕ επικεντρώνεται στην έναρξη μιας νέας επιχείρησης (Olsen & Mykletun, 2012). Με άλλα λόγια, δεδομένης της φύσης της φιλοξενίας και της τουριστικής βιομηχανίας, ΕΕ στο ΗΤΡ θα πρέπει να επικεντρωθεί στη δημιουργία μιας πρότασης αξίας υπηρεσιών αντί να επικεντρωθεί μόνο στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Οι μελετητές σημείωσαν επίσης ότι οι περισσότεροι απόφοιτοι φιλοξενίας και τουρισμού θα παραμείνουν απασχολούμενοι σε οργανισμούς και δεν θα γίνουν ποτέ ανεξάρτητοι επιχειρηματίες (π.χ. Ahmad, 2015). Οι δεξιότητες που απέκτησαν στην ΕΕ, ωστόσο, θα τους βοηθούσαν να ενεργούν επιχειρηματικά εντός της εταιρείας.

Η σημασία του τρόπου με τον οποίο πρέπει να διδάσκεται η ΕΕ ή η κατάλληλη μέθοδος διδασκαλίας στην ΗΤΡ εξακολουθεί να είναι ένα θεμελιώδες ζήτημα στην ΕΕ που αποτελεί μέρος μιας συνεχιζόμενης επιστημονικής συζήτησης στη φιλοξενία και την τουριστική βιβλιογραφία (Deale, 2016). Διδασκαλία περιεχόμενο και μέθοδοι θα ήταν οι αποφασιστικοί παράγοντες της επιτυχίας για τη διδασκαλία ΕΕ σε ΗΤΡ στον εικοστό πρώτο αιώνα ("Επικεφαλής Επιστήμονας", 2015). Δυστυχώς, πολύ λίγα είναι γνωστά για τις αποτελεσματικές τεχνικές διδασκαλίας για την επιχειρηματική εκπαίδευση (Deale, 2016; Olsen & Mykletun, 2012) και την έρευνα και τη γνώση σχετικά με τον τρόπο διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας στην ΗΤΡ παραμένει σχετικά υπανάπτυκτη παρά την αυξανόμενη ζήτηση για πιο επιχειρηματικούς προσανατολισμούς αποφοίτους ("Επικεφαλής Επιστήμονας", 2015). Έχοντας αναγνωρίσει αυτό το κενό, αυτή η εργασία στοχεύει στην κριτική ανασκόπηση και αξιολόγηση των κύριων μεθόδων διδασκαλίας της ΕΕ και στη συζήτηση της αποτελεσματικότητας της συγκεκριμένης μεθόδου διδασκαλίας σε σχέση με την ΗΤΡ σε πανεπιστημιακό επίπεδο.

1. ΕΣΤΙΑΣΗ ΚΑΙ ΠΕΔΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Αυτό το έγγραφο ελπίζει να καθορίσει την "πηγή" της αποτελεσματικότητας της μεθόδου διδασκαλίας εντός του ΗΤΡ συγκεκριμένα. Ωστόσο, αυτό το άρθρο δεν προορίζεται να είναι μια συλλογή που παρέχει όλες τις πιθανές τεχνικές για το πώς να διδάξει την επιχειρηματικότητα, αλλά μάλλον μια ανάλυση της ευρέως χρησιμοποιούμενης παιδαγωγικής διδασκαλίας που εφαρμόζεται στην ΕΕ. Το πρώτο βήμα ήταν η αξιολόγηση ή η αξιολόγηση των μεθόδων διδασκαλίας του παρελθόντος και του παρόντος της ΕΕ όσον αφορά τα δυνατά σημεία και τους περιορισμούς τους. Ενώ υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί ορισμοί των μεθόδων ή πρακτικών διδασκαλίας (π.χ. Sanders & McCutcheon, 1986), ορίζουμε τη μέθοδο διδασκαλίας ως τις γενικές αρχές, την παιδαγωγική και τις στρατηγικές που χρησιμοποιούνται στη διδασκαλία. Μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις για τους εκπαιδευτικούς είναι ο προσδιορισμός της αποτελεσματικότητας των

μεθόδων διδασκαλίας για τους μαθητές. Σύμφωνα με τους Read και Kleiner (1996), για να μετρήσουμε την αποτελεσματικότητα μιας μεθόδου διδασκαλίας, πρέπει να κατανοήσουμε πώς μαθαίνουν οι άνθρωποι. Οι άνθρωποι μαθαίνουν όταν συμμετέχουν ενεργά στη μαθησιακή διαδικασία και όταν η μάθηση ακολουθείται από θετική ενίσχυση όπως επαίνους (Read & Kleiner, 1996). Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι σε αυτό το έγγραφο, εστιάζουμε μόνο στην αποτελεσματικότητα της μεθόδου διδασκαλίας και όχι στην αποτελεσματικότητα των εκπαιδευτικών. Ωστόσο, η αποτελεσματικότητα της διδασκαλίας μπορεί να γίνει κατανοητή εξετάζοντας τι κάνουν οι αποτελεσματικοί εκπαιδευτικοί. Οι αποτελεσματικοί εκπαιδευτικοί έχουν υψηλές προσδοκίες για τη μάθηση των μαθητών, παρείχαν σαφείς οδηγίες, παρακολούθησαν τη μαθησιακή πρόοδο των μαθητών, χρησιμοποίησαν κίνητρα και ανταμοιβές για να προωθήσουν τη μάθηση, εξαιρετικά αποδοτικές στις ρουτίνες της τάξης και διατήρησαν εξαιρετικές προσωπικές αλληλεπιδράσεις με τους μαθητές τους (Hunt, 2009). Συγκεκριμένα, όταν εξετάζουμε την αποτελεσματικότητα της μεθόδου διδασκαλίας, εστιάζουμε στους μαθησιακούς στόχους, την εισαγωγή νέας γνώσης, την πρακτική για την εμβάθυνση της κατανόησης των μαθητών, τη δέσμευση και τις συμμετοχές των μαθητών, τη διαχείριση της τάξης, τις σχέσεις των εκπαιδευτικών μαθητών και τα πολλαπλά μέτρα των επιτευγμάτων των μαθητών (Marzano, 2007). Η έννοια θα αναπτυχθεί περαιτέρω στις ακόλουθες ενότητες.

2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΚΑΙ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει η ΕΕ στο παρελθόν έχουν μετατοπιστεί από ζητήματα νομιμότητας σε ζητήματα ποιότητας (Béchar & Grégoire, 2007). Η συζήτηση δεν είναι πλέον αν η επιχειρηματικότητα μπορεί ή πρέπει να διδάσκεται, αλλά μάλλον πώς να βελτιώνει συνεχώς

το περιεχόμενο και τις μεθόδους παράδοσης για να καλύψει τις ανάγκες των σημερινών φοιτητών και βιομηχανιών (Fayolle, 2007; Gendron, 2004; Lourenco & Jones, 2006). Υπάρχει μια μακροχρόνια δυσaréσκεια και επικρίσεις μεταξύ των εκπαιδευτικών της ΕΕ (π.χ. Ronstadt, 1987) ότι η παράδοση της ΕΕ ήταν πολύ άκαμπτη και θεωρητική που απέτυχε να επιτύχει τους στόχους της. Ο Ahmad (2015) υποστήριξε ότι η εστίαση και η διαδικασία της ΕΕ είναι πολύ μηχανιστική και δεν προωθεί ούτε ενθαρρύνει την επιχειρηματική συμπεριφορά και δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της εκπαίδευσης και της επιχειρηματικής πρόθεσης των φοιτητών τουρισμού (Gurel, Altinay, & Daniele, 2010).

Όσον αφορά ΗΤΡ, εξακολουθεί να θεωρείται πάρα πολύ επαγγελματική και προσανατολισμένη στη δράση, και πολλά ερωτήματα το βαθμό στον οποίο προετοιμάζει τους μαθητές για κριτική σκέψη και εργασία έξω από τις υπάρχουσες πρακτικές. Η τρέχουσα μέθοδος διδασκαλίας υποστηρίζεται ότι ασχολείται κυρίως με τη δημιουργία ανθρώπινων πόρων για να εργαστούν οι άλλοι για να μην εργάζονται για τον εαυτό τους, γεγονός που απαιτεί μια νέα προσέγγιση στην ΕΕ (Ahmad, 2015; Deale, 2016; Echtner, 1995). Η ενσωμάτωση μιας ενότητας επιχειρηματικότητας στο πρόγραμμα σπουδών ΗΤΡ θα παρέχει στους φοιτητές τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για να γίνουν αποτελεσματικοί διαχειριστές με επιχειρηματικές δεξιότητες και ικανότητες στις βιομηχανίες φιλοξενίας και τουρισμού (Ahmad, 2015). ΗΤΡ διαφέρει από ότι σε άλλους επιχειρηματικούς κλάδους λόγω της ισχυρής προσανατολισμένης στις υπηρεσίες, hands-on φύση της εργασίας στη βιομηχανία φιλοξενίας και τη συχνή αλληλεπίδραση μεταξύ των φοιτητών και των επαγγελματιών του κλάδου Deale, O'Halloran, Jacques, & Garger, 2010). Η αναντιστοιχία μεταξύ των δεξιοτήτων που αποκτήθηκαν στο πανεπιστήμιο και εκείνων που χρειαζόνταν οι φοιτητές επηρέασε επίσης τις επιχειρηματικές δεξιότητες, καθώς ήταν ανεπαρκώς ανεπτυγμένες στο πλαίσιο της πανεπιστημιακής τους μελέτης και έδειξε δυσμενείς επιπτώσεις μεταξύ των φοιτητών να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα (Rengiah, 2013). Οι Olsen και Mykletun (2012) υποστήριξαν ότι τα περισσότερα πανεπιστήμια απέτυχαν να κατανοήσουν την πολύπλευρη φύση της φιλοξενίας και της τουριστικής εκπαίδευσης.

και επικεντρώθηκε κυρίως σε παραδοσιακές μεθόδους διδασκαλίας, όπως διαλέξεις, σεμινάρια και εξετάσεις. Οι παραδοσιακές μέθοδοι επικρίθηκαν για την έμφαση που έδωσαν στη θεωρία και την εννοιολογική σκέψη και τη χρήση συλ μάθησης με επίκεντρο τον δάσκαλο (Deale, 2016) και την υπερβολική εστίαση στη λειτουργική γνώση (Olsen & Mykletun, 2012). Ο Μουασάλβιμπα (2010) απέδωσε επίσης την υπάρχουσα έλλειψη στη διδασκαλία της παιδαγωγικής σε παραδοσιακές μεθόδους, οι οποίες είναι λιγότερο αποτελεσματικές στην ενθάρρυνση των επιχειρηματικών χαρακτηριστικών και κάνουν τους μαθητές να γίνουν αδρανείς συμμετέχοντες. Όσον αφορά τα επιχειρήματα και τα αρνητικά σχόλια των ιδρυμάτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ΑΕΙ) που διδάσκουν αναποτελεσματικότητα, είναι καιρός τα ΑΕΙ που προσφέρουν στην ΕΕ να επανεξετάσουν τη φιλοσοφία τους σχετικά με την παιδαγωγική και να την προσαρμόσουν ώστε να υποστηρίζει πιο ρεαλιστικές προσεγγίσεις. Σύμφωνα με τους McKeown, Cindy, Srikanth, Kelly και Lynn (2006), σ. 86 τοις εκατό των προγραμμάτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στο Ηνωμένο Βασίλειο εξακολουθεί να χρησιμοποιεί παραδοσιακές μεθόδους διδασκαλίας και μάθησης. Αυτές είναι ακριβώς οι ίδιες μέθοδοι που χρησιμοποιούνται σε άλλα μαθήματα που σχετίζονται με τις επιχειρήσεις, οι οποίες σύμφωνα με τον Bennett (2006) είναι παθητικές και λιγότερο αποτελεσματικές στον επηρεασμό των επιχειρηματικών χαρακτηριστικών.

Παρά τις ελλείψεις των παραδοσιακών μεθόδων διδασκαλίας και ένα συντριπτικό αποτέλεσμα μελετών που υποδηλώνουν ότι η επιχειρηματικότητα πρέπει να διδάσκεται χρησιμοποιώντας «καινοτόμες» μεθόδους (Arasti, Falavarjani, & Imanipour, 2012; Ντέιβις, 2016; Musa, 2009), μέθοδοι διδασκαλίας όπως διαλέξεις, μελέτες περιπτώσεων και ομαδικές συζητήσεις εξακολουθεί να είναι οι πιο συχνά χρησιμοποιούμενες παιδαγωγικές μεθόδους σε πολλά πανεπιστήμια παγκοσμίως (McKeachie, 2002). Η μελέτη των Solomon, Duffy και Tarabishy (2002) τόνισε ότι οι πιο δημοφιλείς μέθοδοι διδασκαλίας στην ΕΕ είναι οι διαλέξεις, οι μελέτες περιπτώσεων και η δημιουργία επιχειρηματικών σχεδίων. Το U.S. News and World Report (2004) διαπίστωσε ότι 78 από τα 100 κορυφαία πανεπιστήμια στις Ηνωμένες Πολιτείες ενσωμάτωσαν επιχειρηματικό σχέδιο στη μορφή διδασκαλίας

των προγραμμάτων σπουδών τους. Μερικά πανεπιστήμια σε όλο τον κόσμο έστειλε ακόμη και ανταγωνιστικές ομάδες για να συμμετάσχουν στους διαγωνισμούς επιχειρηματικού σχεδίου που πραγματοποιήθηκαν στο εξωτερικό (Honig, 2004). Ως αποτέλεσμα, πολλά πανεπιστήμια έχουν ενσωματώσει επιχειρηματικό σχέδιο ως μέρος του HTP τους, αλλά μόνο λίγοι προχώρησαν πέρα από τη διδασκαλία των φοιτητών στην έναρξη ενός νέου εγχειρήματος και να διερευνήσει την καινοτομία μέσα σε ένα υπάρχον εγχείρημα (Olsen & Mykletun, 2012). Αν και υπήρξε μια σημαντική αλλαγή στη δομή του προγράμματος σπουδών HTP στην προσφορά ΕΕ που σχετίζονται με μαθήματα, ο βαθμός στον οποίο το νέο πρόγραμμα σπουδών είναι αποτελεσματική στην αποτύπωση τόσο των λειτουργικών και διαχειριστικών τομέων της φιλοξενίας και της τουριστικής βιομηχανίας πρέπει να διερευνηθεί περαιτέρω. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό στο HTP, καθώς η βιομηχανία βασίζεται συχνά στην παροχή εμπειριών σε άλλους.

3. ΚΑΘΟΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟΥΣ ΑΡΝΗΤΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Οι μέθοδοι διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας ποικίλλουν σε μεγάλο βαθμό (Porter, 1994). Αυτές οι διαφορές οφείλονται στις υποθέσεις σχετικά με το τι είναι η ΕΕ (Olsen & Mykletun, 2012). Ως εκ τούτου, πριν από οποιαδήποτε συζήτηση σχετικά με την αποτελεσματικότητα ή την καταλληλότητα μιας συγκεκριμένης μεθόδου διδασκαλίας, υπάρχει ανάγκη να επιλυθεί η εννοιολογική σύγχυση των διαφόρων ορισμών που αφορούν την επιχειρηματικότητα. Αυτή η σύγχυση δεν επηρεάζει αρνητικά μόνο τις προσπάθειες για την ανάπτυξη της ΕΕ ως ακαδημαϊκού πεδίου, αλλά και στο μυαλό των μαθητών. Οι επικαλύψεις και οι διακρίσεις του νοήματος μπορούν να προκαλέσουν σύγχυση εάν δεν καθοριστούν με σαφήνεια, ειδικά καθώς η επιχειρηματικότητα και άλλα στοιχεία της (π.χ. καινοτομία) συνδέονται στενά με την κυβερνητική πολιτική και την επιχειρηματική στρατηγική σε πολλές χώρες (Olsen & Mykletun, 2012). Το πρόβλημα με αυτόν τον ορισμό

της ΕΕ είναι ότι τοποθετεί τον επιχειρηματία στενά σε ένα οικονομικό και επιχειρηματικό πλαίσιο (Cheng, Chan, & Mahmood, 2009). Η κύρια εστίαση της ΕΕ στις σχολές επιχειρήσεων, για παράδειγμα, εξακολουθεί να είναι η νέα διαχείριση επιχειρήσεων, οι μικρές επιχειρήσεις και η διαδικασία επιχειρηματικού σχεδιασμού που υποτίθεται ότι τη συνοδεύει.

Αυτό σημειώνεται επίσης στο ΗΤΡ όπου Brizek και Khan (2008) υποστήριξαν στην ακαδημαϊκή κοινότητα φιλοξενίας "η επιχειρηματικότητα θεωρείται κυρίως από την άποψη των ατόμων που ξεκίνησαν νέες επιχειρήσεις." Έτσι, οι Bosma και Levie (2010) πρότειναν ότι η «ενδοεπιχειρηματικότητα» που αναφέρεται στη δημιουργία ή τη νέα καινοτομία εντός ενός οργανισμού, αποτελεί βασικό παράγοντα για την ανάπτυξη των εταιρειών, ειδικά εκείνων στις βιομηχανίες φιλοξενίας και τουρισμού (Morrison, Carlsen, & Weber, 2010). Ως εκ τούτου, με βάση τις διαφορές στον ορισμό του τι είναι η επιχειρηματικότητα, θα ήταν εσφαλμένο να υποστηρίξουμε ότι μια συγκεκριμένη μέθοδος διδασκαλίας είναι αποτελεσματική ή αναποτελεσματική σε σύγκριση με άλλες μεθόδους όταν όλα τα προγράμματα δεν μοιράζονται παρόμοιο ορισμό ή στόχο. Ο Pardo (2013) επανέλαβε το ίδιο επιχείρημα ότι πριν γίνει οποιαδήποτε αξιολόγηση σχετικά με την αποτελεσματικότητα της επιχειρηματικής εκπαίδευσης, πρέπει να κατανοήσουμε τους διδακτικούς στόχους των εκπαιδευτικών επιχειρηματικότητας και γιατί επιδιώκουν αυτούς τους στόχους. Επιπλέον, θα ήταν επίσης εσφαλμένο να υποθέσουμε ότι όλοι οι στόχοι της ΕΕ είναι η ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Στην πραγματικότητα, ορισμένοι εκπαιδευτικοί εξακολουθούν να αντιτίθενται στην ιδέα των μαθητών να μπαίνουν στην επιχείρηση ενώ συνεχίζουν τις σπουδές τους (Fayolle & Gailly, 2008). Παρά τη «διάγνωση», λίγα είναι γνωστά για τα αναμενόμενα αποτελέσματα και τις προθέσεις των εκπαιδευτών επιχειρηματικότητας (Pardo, 2013).

Αν και προηγούμενες εργασίες στην εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα έχουν επισημάνει την ύπαρξη αρκετών πιθανών διδακτικών στόχων στα μαθήματα επιχειρηματικότητας (π.χ. Bechard

&toulouse, 1998), τα περισσότερα άρθρα στο πλαίσιο του θέματος περιέγραψαν απλώς τι έκαναν χωρίς περαιτέρω εξέταση των στόχων πίσω από τις διδακτικές δραστηριότητες (π.χ. Rae, 2003; Ρέι & Κράσγουελ, 2000; Βοσκός, 2004). Οι Hytti και O'Gorman (2004) τεκμηρίωσαν ένα επιχείρημα όπου δήλωσαν ότι ανάλογα με τους στόχους της ΕΕ, υπάρχουν πολλοί τρόποι για να προσφέρουμε επιχειρηματική εκπαίδευση. Εάν ο στόχος της εκπαίδευσης είναι να αυξήσει την κατανόηση του τι είναι η επιχειρηματικότητα, ο πιο αποτελεσματικός τρόπος για την επίτευξη του στόχου είναι η παροχή πληροφοριών μέσω δημόσιων καναλιών όπως μέσα ενημέρωσης, σεμινάρια ή διαλέξεις. Αυτές οι μέθοδοι είναι αποτελεσματικές όσον αφορά την αποστολή των σχετικών πληροφοριών σε έναν ευρύτερο πληθυσμό σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα εάν χρησιμοποιούνται με τρόπο που ενθαρρύνει τη συμμετοχή του κοινού (Read & Kleiner, 1996). Εάν ο στόχος είναι να εφοδιαστούν τα άτομα με επιχειρηματικές δεξιότητες, οι οποίες μπορούν να εφαρμοστούν άμεσα στην εργασία, ο καλύτερος τρόπος είναι η παροχή εκπαίδευσης και κατάρτισης που επιτρέπουν στα άτομα να συμμετέχουν άμεσα στην επιχειρηματική διαδικασία, όπως η βιομηχανική κατάρτιση. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι καθηγητές ή οι εκπαιδευτές διαδραματίζουν βασικό ρόλο στον προσδιορισμό της αποτελεσματικότητας της παρουσίασης ή της κατάρτισης (Read & Kleiner, 1996). Τέλος, εάν ο στόχος της εκπαίδευσης είναι να προετοιμάσει τα άτομα να ενεργήσουν ως επιχειρηματίες, η πιο αποτελεσματική τεχνική είναι να διευκολύνει τα πειράματα δοκιμάζοντας την επιχειρηματικότητα σε ένα ελεγχόμενο περιβάλλον, για παράδειγμα μέσω επιχειρηματικής προσομοίωσης ή παιχνιδιού ρόλων όπου οι μαθητές ενθαρρύνονται να χρησιμοποιήσουν τη δημιουργικότητά τους (Deale, 2016) και να βιώσουν τα στοιχεία της πραγματικής κατάστασης (Read & Kleiner, 1996).

Εξετάζοντας αυτό το ζήτημα με ολιστικό τρόπο, το πρόβλημα έγκειται στον προσδιορισμό των στόχων που ταιριάζουν σε ένα συγκεκριμένο στάδιο ΕΕ. Η οργάνωση της ακολουθίας αυτής της μαθησιακής εξέλιξης της ΕΕ θα παρείχε σαφήνεια στον προσδιορισμό του στόχου για κάθε στάδιο επιχειρηματικότητας και της αντίστοιχης παιδαγωγικής διδασκαλίας. Ως εκ τούτου, η αποτελεσματικότητα μιας μεθόδου

διδασκαλίας ή η καλύτερη προσέγγιση θα διέφερε ανάλογα με το στάδιο του προγράμματος επιχειρηματικότητας που οριοθετεί τον ορισμό και τους στόχους της ΕΕ. Για λόγους συνέπειας στην πρόσβαση στην αποτελεσματικότητα της αντίστοιχης μεθόδου διδασκαλίας, ο στόχος της ΕΕ μπορεί να κατηγοριοποιηθεί ως εξής. Η ΕΕ μπορεί να χωριστεί σε τρεις πρωταρχικούς στόχους: διδασκαλία για, εντός και για την επιχειρηματικότητα (Hytti & O'Gorman, 2004; Κίρμπι, 2004). Η διδασκαλία για την επιχειρηματικότητα έχει ως στόχο να παρέχει στους φοιτητές μια γενική προοπτική και κατανόηση της επιχειρηματικότητας ως φαινόμενο (Χάττι & Ο' Γκόρμαν, 2004). Ο στόχος είναι να εκπαιδεύσει διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη, συμπεριλαμβανομένης της κυβέρνησης, των υπευθύνων χάραξης πολιτικής, των οικονομικών και του ευρέος κοινού σχετικά με το ρόλο των επιχειρηματιών στην κοινότητα. Η κατάρτιση των ατόμων στην επιχειρηματικότητα έχει ως στόχο να τα καταστήσει πιο επιχειρηματικά στην εργασία τους, καθώς και να αυξήσει την καινοτομία, τις δεξιότητες και τη δημιουργικότητά τους. Τέλος, η εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη δημιουργία ενός επιχειρηματία, του ατόμου που αποφασίζει να ξεκινήσει τις δικές του επιχειρηματικές δραστηριότητες (Jamieson, 1984; Όλσεν & Μικλέτουν, 2012). Με βάση αυτούς τους στόχους, η ΕΕ μπορεί να ταξινομηθεί και να σχεδιαστεί σωστά ανάλογα με την εξέλιξη ή το στάδιο της απόκτησης επιχειρηματικής δραστηριότητας.

4. ΜΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΤΡΕΧΟΥΣΑΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Φαίνεται ότι οι περισσότεροι συγγραφείς κατηγοριοποιούν τις μεθόδους διδασκαλίας σε δύο ομάδες, τις «παραδοσιακές μεθόδους» που περιλαμβάνουν κανονικές διαλέξεις, σεμινάρια, ανάγνωση, επιχειρηματικό σχέδιο, έργα και «καινοτόμες μεθόδους» που βασίζονται περισσότερο στη δράση. Οι πρώτες είναι επίσης γνωστές ως «παθητικές μέθοδοι» ή μάθηση με επίκεντρο τον δάσκαλο και η δεύτερη αναφέρεται επίσης ως «ενεργητικές μέθοδοι» ή μαθητοκεντρικές (Hytti and O' Gorman, 2004; Mwasalwiba, 2010; Tasnim, 2012). Σε αυτό το άρθρο,

προτείνουμε μια πρόσθετη κατηγορία που ονομάζεται βιωματική μέθοδος που μπορεί εύκολα να ενσωματωθεί στο πρόγραμμα σπουδών ξενοδοχείων και τουρισμού, όπως μαθήματα ξενοδοχειακού σχεδιασμού ή διαχείρισης αξιοθέατων.

Η παραδοσιακή προσέγγιση της μεθόδου στη διδασκαλία και τη μάθηση περιλαμβάνει την κατευθυνόμενη ροή πληροφοριών από τον εκπαιδευτή ως σοφό στον μαθητή ως δέκτη. Συνήθως βασίζεται σε προσυσκευασμένο εκπαιδευτικό υλικό, καθορισμένες προθεσμίες, εργασίες αξιολόγησης και κριτήρια που καθορίζονται από τους εκπαιδευτές. Οι καινοτόμες μέθοδοι διδασκαλίας από την άλλη πλευρά επιδιώκουν να βελτιώσουν τη δημιουργικότητα και την αναλυτική σκέψη των μαθητών. Οι ενεργές μέθοδοι αναμένουν από τον εκπαιδευτή να διευκολύνει τη μάθηση, όχι να ελέγχει και να εφαρμόζει μεθόδους που επιτρέπουν την αυτοανακάλυψη των μαθητών. Οι καινοτόμες μέθοδοι διδασκαλίας περιλαμβάνουν επιχειρηματικές προσομοιώσεις που μπορούν να προσφέρουν στους φοιτητές εμπειρίες προσομοιωμένης λήψης νέων επιχειρηματικών αποφάσεων και να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους στη σύνθετη λήψη αποφάσεων. Άλλες μέθοδοι περιλαμβάνουν επισκέψεις και συνημμένα σε εταιρείες για την απόκτηση πρακτικής εμπειρίας (Balan, 2014; Solomon, 2007). Οι ακόλουθες παράγραφοι επεξεργάζονται τις κοινές μεθόδους διδασκαλίας που εφαρμόζονται στην ΕΕ στο ΗΤΡ.

Αυτές οι μέθοδοι διδασκαλίας και μάθησης εξετάζονται εν συντομία ως εξής:

5.1. Παθητικές μέθοδοι

2.1.1. Διαλέξεις και εξετάσεις

Αυτή η μέθοδος είναι ίσως η πιο ευρέως χρησιμοποιούμενη και παλαιότερη μέθοδος διδασκαλίας ΕΕ (McKeachie, 2002). Η ΕΕ διδάσκεται μέσω διαλέξεων, εξετάσεων και συγγραφής δοκιμίων. Ακολουθώντας ένα εγχειρίδιο, οι εκπαιδευτές εισάγουν διαφορετικές έννοιες και εργαλεία επιχειρηματικότητας και εξηγούν πώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε ξενοδοχειακές και τουριστικές επιχειρήσεις. Αν και αυτή η μέθοδος είναι αποτελεσματική στην παροχή πληροφοριών, έχει αρκετούς περιορισμούς. Ο βαθμός στον οποίο οι μαθητές μπορούν να συμμετάσχουν στην τάξη είναι ελάχιστος, η μέθοδος είναι αναποτελεσματική στην ανάπτυξη ατομικών δεξιοτήτων και είναι δύσκολο για ορισμένους μαθητές να συμμετάσχουν σε μια ενεργή μάθηση κατά τη διάρκεια της διάλεξης (Deale, 2016; Read & Kleiner, 1996). Η αποτελεσματικότητα αυτής της προσέγγισης εξαρτάται από τις εμπειρίες, τις ικανότητες και τις γνώσεις του εκπαιδευτή. Όπως δήλωσε ο Hindle (2007), αυτή η προσέγγιση μπορεί να μην είναι κατάλληλη για μαθητές που επιθυμούν να μάθουν τη διαδικασία ΕΕ μέσω ενεργού πειραματισμού. Προκειμένου να ξεπεραστούν οι περιορισμοί της διδασκαλίας, μπορούν να ενσωματωθούν και άλλες μέθοδοι διδασκαλίας, όπως παιχνίδια ρόλων, εργαστήρια, σειρές σεμιναρίων και συζητήσεις μίνι περιπτώσεων (Read & Kleiner, 1996). Με την ολοκληρωμένη μέθοδο, οι μαθητές μπορούν να συμμετέχουν ενεργά κατά τη διάρκεια του μαθήματος και να απαντούν σε συγκεκριμένες ερωτήσεις κατά τη διάρκεια ή πριν από τη διάλεξη.

5.1.2. Μελέτες

Μια μελέτη περίπτωσης είναι συνήθως μια «περιγραφή μιας πραγματικής κατάστασης, που συνήθως περιλαμβάνει μια απόφαση, μια πρόκληση, μια ευκαιρία, ένα πρόβλημα ή ένα ζήτημα που αντιμετωπίζει ένα άτομο ή άτομα σε έναν οργανισμό» (Leenders, Mauffette-Leenders, & Erskine, 2001). Μπορεί να περιλαμβάνει σενάρια μιας περίπλοκης κατάστασης και επίσης τις πεποιθήσεις, τις στάσεις και τις προκαταλήψεις των εμπλεκόμενων ατόμων και τις ενέργειές τους. Οι περιπτώσεις δεν

παρέχουν απλές ή ρητές απαντήσεις. Αντίθετα, οι περιπτώσεις προκαλούν την κριτική σκέψη των μαθητών, δείχνουν πώς να σκέφτονται επαγγελματικά και προτρέπουν τους μαθητές να χρησιμοποιήσουν θεωρητικές έννοιες για να αναδείξουν ένα πρακτικό πρόβλημα. Αυτή η μέθοδος είναι σημαντική όταν ο εκπαιδευτικός επιδιώκει να αναπτύξει τις δεξιότητες υψηλότερου επιπέδου που απαιτούνται για την κριτική σκέψη και τη λήψη αποφάσεων. Οι μελέτες περιπτώσεων επιτρέπουν στους μαθητές να «βιώσουν» πραγματικές καταστάσεις πελατών στις οποίες μπορεί να μην έχουν πρόσβαση σε ένα περιβάλλον φιλοξενίας και τουρισμού. Προωθούν την ανάπτυξη δεξιοτήτων κριτικής σκέψης προσφέροντας την ευκαιρία για άμεση ανάλυση δεδομένων που περιλαμβάνει την εξέταση των αποτελεσμάτων. Για παράδειγμα, εκθέτοντας τους μαθητές φιλοξενίας και τουρισμού σε ένα πρακτικό σενάριο στην τάξη, δίνει στους μαθητές μια «πρακτική» εμπειρία. Μπορούν να διαβάσουν και να εξετάσουν δεδομένα της πραγματικής ζωής και να προσπαθήσουν να επιλύσουν την κατάσταση ή τουλάχιστον να βρουν πιθανές λύσεις στην κατάσταση χωρίς να χρειάζεται να βρίσκονται στην κατάσταση. Η αποτελεσματικότητα μιας μελέτης περίπτωσης εξαρτάται από τις ενεργές συμμετοχές των μαθητών και του εκπαιδευτή, την αποδεκτή λύση και τους λόγους για τις ενέργειες που έγιναν (Read & Kleiner, 1996). Παρά τα πλεονεκτήματά της, αυτή η μέθοδος έχει επίσης επικριθεί (Biagio & Mark, 2014). Οι επικρίσεις περιλαμβάνουν: την ανακρίβεια ή την παραπλάνηση της υπόθεσης, την άνιση συμμετοχή των μαθητών κατά τη διάρκεια των συζητήσεων της υπόθεσης και το ξεπερασμένο υλικό της υπόθεσης.

5.1.3. Επιχειρηματικό σχέδιο

Ένα επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να οριστεί ως ένα γραπτό έγγραφο που περιγράφει την τρέχουσα κατάσταση και το προϋπάρχον μέλλον ενός οργανισμού (Honig, 2004; White, Hertz, & D'Souza, 2010). Η προετοιμασία ενός επιχειρηματικού σχεδίου παράγει μια αύρα τυπικότητας και πεποίθησης που συχνά απαιτείται προτού ληφθεί σοβαρά υπόψη η δημιουργία ενός νέου εγχειρήματος από ένα άτομο. Το επιχειρηματικό σχέδιο προορίζεται να είναι το πρώτο βήμα προς μια συγκεκριμένη

διαδικασία ευρέως γνωστή ως επιχειρηματικότητα, αλλά σε αντίθεση με τη δραστηριότητα της επιχειρηματικότητας, επικεντρώνεται κυρίως σε ιδέες και όχι σε δράσεις (Honig, 2004). Ένα καλά σχεδιασμένο επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα από τα πιο σημαντικά εργαλεία επικοινωνίας για έναν επιχειρηματία που παρέχει μια αίσθηση νομιμότητας στην εταιρεία και τους ιδρυτές. Ένα καλογραμμένο σχέδιο είναι συνοπτικό, αλλά περιεκτικό και απαιτεί μυριάδες αποφάσεις σχετικά με όλες τις πτυχές της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, από την εκμετάλλευση της ευκαιρίας έως τη συγκέντρωση πόρων και την οικοδόμηση της κορυφαίας διοικητικής ομάδας. Η κατασκευή ενός πειστικού επιχειρηματικού σχεδίου απαιτεί βαθιά κατανόηση του προϊόντος, του ανταγωνιστικού τοπίου, του επιχειρηματικού μοντέλου και του μελλοντικού οικονομικού μοντέλου. Δεδομένου ότι ο κύριος στόχος ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι να διδάξει στους μαθητές να ξεκινήσουν ένα νέο εγχείρημα, δεν προσθέτει μεγάλη αξία στους φοιτητές φιλοξενίας και τουρισμού, επειδή η βιομηχανία βασίζεται κυρίως στην παροχή εμπειριών σε άλλους στο ίδιο εγχείρημα και όχι στην έναρξη ενός νέου εγχειρήματος (Olsen & Mykletun, 2012).

5.2. Ενεργές μέθοδοι

4.2.1. Παιχνίδια προσομοίωσης επιχειρήσεων

Ένα παιχνίδι προσομοίωσης επιχειρήσεων μπορεί να οριστεί ως ένα δυναμικό μοντέλο της πραγματικής επιχειρηματικής διαδικασίας στο οποίο ένας ισορροπημένος αριθμός μεταβλητών αποφάσεων απαιτεί στρατηγική ολοκλήρωση (Keys & Wolfe, 1990). Το παιχνίδι προσομοίωσης παρέχει από πρώτο χέρι εμπειρία των αλληλεξαρτήσεων διαχείρισης και του ανταγωνισμού σε μια κοινή αγορά. Τα παιχνίδια προσομοίωσης μπορούν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη κρίσιμων ικανοτήτων και στην εξάσκηση σημαντικών επιχειρηματικών συμπεριφορών αναδιαμορφώνοντας ορισμένες πτυχές της πραγματικότητας σε ένα ασφαλές και χωρίς κινδύνους περιβάλλον (Carrier, 2007; Shepherd, 2004; Smith, Kickul, & Coley, 2010). Οι μαθητές έχουν την ευκαιρία να

προβληματιστούν σχετικά με τη δική τους δράση και τα αποτελέσματα που προκύπτουν, ενώ τους δίνεται επίσης η ευκαιρία να αντιδράσουν στο αποτέλεσμα λαμβάνοντας διορθωτικά μέτρα. Δεδομένου ότι όλες οι αποφάσεις λαμβάνουν χώρα σε πραγματικό χρόνο, παράγει ένα ρεαλιστικό μαθησιακό περιβάλλον με υψηλό πλαίσιο.

Οι Carrier (2007) και Shepherd (2004) υπογραμμίζουν επιπλέον τα οφέλη των μαθητών που βιώνουν αποτυχία και αρνητικά συναισθήματα, τα οποία θα βοηθήσουν τους μαθητές να μάθουν να αντιμετωπίζουν την αποτυχία. Κάθε γύρος προσομοίωσης θα πρέπει να ακολουθείται από ένα στοιχείο απολογισμού που ενθαρρύνει τους συμμετέχοντες να μοιραστούν τις εμπειρίες τους με άλλους. Αυτό απαιτεί ένα πειραματικό μαθησιακό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από εμπιστοσύνη, ειλικρίνεια και αμοιβαίο σεβασμό (Smith et al., 2010). Για να βελτιώσουν περαιτέρω τη μάθηση μέσω παιχνιδιών προσομοίωσης, οι Smith et al. (2010) έχουν συγκρίνει διαφορετικές χρονικές περιόδους μεταξύ προσομοίωσης και απολογισμού. Διαπίστωσαν ότι η αντανάκλαση ήταν πιο αποτελεσματική εντός 48 ωρών μετά την προσομοίωση σε σύγκριση με μία εβδομάδα αργότερα. Παρά τα πλεονεκτήματά της, αυτή η μέθοδος έχει ορισμένους περιορισμούς (Read & Kleiner, 1996). Για παράδειγμα, οι προσομοιώσεις δεν βασίζονται σε πραγματικές εταιρείες. Ως εκ τούτου, ενδέχεται να μην αντικατοπτρίζουν την πραγματική και ρεαλιστική εμπειρία της επιχειρηματικής ζωής. Επιπλέον, ορισμένοι μαθητές μπορεί να το δουν ως ένα διασκεδαστικό παιχνίδι και μπορεί να μην το πάρουν στα σοβαρά. Το κόστος των παιχνιδιών προσομοίωσης και ο χρόνος που απαιτείται για την εκτέλεσή τους είναι οι άλλοι περιορισμοί.

4.2.2. Προσκεκλημένοι ομιλητές

Το πρόγραμμα του ομιλητή επιχειρηματικότητας προσελκύει διάσημους και επιτυχημένους επιχειρηματίες στις βιομηχανίες φιλοξενίας και τουρισμού στο εκπαιδευτικό ίδρυμα για να συζητήσουν ιδέες, ευκαιρίες και διαχείριση επιχειρήσεων. Αυτό το πρόγραμμα εκθέτει τους μαθητές σε μοναδικές εμπειρίες, μαθήματα που αποκτώνται και ζητήματα και προκλήσεις όπως βιώνουν οι επιχειρηματίες σε πραγματικές

καταστάσεις. Οι μαθητές στις ομάδες μπορούν να αλληλεπιδράσουν άμεσα με τους επιχειρηματίες για να μοιραστούν εμπειρίες και ενδιαφέροντα (Norasmah, Othman, et al, 2008). Τα πρότυπα έχουν αναγνωριστεί γενικά ως σημαντική πηγή «μάθησης εξ υποκαταστάσεως» (Bandura, 1986). Με βάση τις συνεντεύξεις και την ομάδα εστίασης, οι καθηγητές παραδέχτηκαν ότι αυτή η προσέγγιση είναι ένας από τους πιο αποτελεσματικούς τρόπους για την παροχή της επιχειρηματικής γνώσης.

Μια άλλη πρακτική είναι να κάνετε τους μαθητές να βρουν το «δικό τους» επιχειρηματικό πρότυπο για να πάρουν συνέντευξη για τις εμπειρίες τους και στη συνέχεια να αναφέρουν την τάξη. Η ιδέα πίσω από το τελευταίο είναι ότι οι μαθητές θα είναι πιο πιθανό να επιλέξουν πρότυπα με τα οποία μπορούν να συσχετιστούν και επομένως να είναι πιο ρεαλιστές απέναντί τους. Είτε έτσι είτε αλλιώς, οι μαθητές έχουν την ευκαιρία να επικοινωνήσουν με τον εκπρόσωπο της βιομηχανίας και να λάβουν μελλοντικές ευκαιρίες απασχόλησης (Volkmann et al., 2009). Επειδή αυτή η μέθοδος μπορεί να παρέχει πληροφορίες από πρώτο χέρι, μπορεί να προσελκύσει την προσοχή των μαθητών. Ωστόσο, το κόστος της πρόσκλησης προσκεκλημένων ομιλητών και η διαθεσιμότητά τους να έρθουν σε ιδρύματα για να δώσουν σεμινάριο μπορεί να είναι ανησυχητικό.

4.2.3. Επαγγελματικές επισκέψεις και εκπαιδευτικές εκδρομές

Οι επιτόπιες επισκέψεις συχνά περιλαμβάνουν ξενοδοχεία, εστιατόρια, ταξιδιωτικά γραφεία και άλλες τουριστικές επιχειρήσεις που συνήθως διοργανώνονται από τους καθηγητές ή τη διοίκηση του εκπαιδευτικού ιδρύματος. Αυτή η πρακτική παρέχει στους φοιτητές και τους καθηγητές ενημερωμένες πληροφορίες σχετικά με τις τελευταίες τάσεις στον κλάδο των ταξιδιών και της φιλοξενίας. ΗΤΡ βασίζεται πάντα γύρω από την παροχή εμπειριών σε άλλους, ως εκ τούτου επισκέψεις πεδίου θα επιτρέψει στους μαθητές να λάβουν πολύτιμες πληροφορίες από πρώτο χέρι σχετικά με συγκεκριμένες επιχειρήσεις, τις οποίες μπορούν να χρησιμοποιήσουν κατά την προετοιμασία των επιχειρηματικών τους

σχεδίων (Sandage, Cook, Hill, Strawn, & Reimer, 2008). Ταυτόχρονα, οι επιτόπιες επισκέψεις θα μπορούσαν να παρέχουν ανατροφοδότηση από τους επιχειρηματικούς ενδιαφερόμενους σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο το πρόγραμμα διδασκαλίας θα πρέπει να προσαρμοστεί ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του κλάδου. Παρά τα πλεονεκτήματά της, υπάρχουν ορισμένες προκλήσεις στη χρήση της μεθόδου. Η εύρεση συμμετεχουσών εταιρειών από τον κλάδο και η επίτευξη πλήρους συνεργασίας μπορεί να είναι δύσκολη. Επιπλέον, μία μόνο εκδρομή δεν θα εξυπηρετήσει τον σκοπό. Προκειμένου να κατανοηθεί πλήρως η εμπειρία, απαιτούνται δομικά στοιχεία γνώσης που μαθαίνονται σε μια δεδομένη χρονική περίοδο (Sandage et al., 2008).

5.3. Βιωματικές μέθοδοι

5.3.1. Συμβουλευτικό έργο

Σε αυτή τη μέθοδο, οι συνεργαζόμενες εταιρείες από τη βιομηχανία τουρισμού και φιλοξενίας επιτρέπουν σε μια ομάδα φοιτητών από ιδρύματα να ενεργούν σε συμβουλευτικό ρόλο για να χειριστούν συγκεκριμένα επιχειρηματικά και διοικητικά θέματα. Οι φοιτητές διεξάγουν έρευνα και ανάπτυξη τόσο εντός όσο και εκτός της συμμετέχουσας εταιρείας και μαθαίνουν χειριζόμενοι αυτά τα θέματα με επαγγελματικούς τρόπους. Ένας αριθμός αποτελεσμάτων μπορεί να επιτευχθεί χρησιμοποιώντας αυτή τη μέθοδο. Περιλαμβάνουν αυξημένη κατανόηση του πραγματικού πλαισίου της επιχειρηματικής ζωής, εκμάθηση πώς να εφαρμόζουν θεωρητικές έννοιες σε δράσεις και βελτιωμένη επίλυση προβλημάτων, επικοινωνίες και διαπροσωπικές δεξιότητες (Ardley & Taylor, 2010). Παρά το γεγονός ότι είναι συμφέρουσα, αυτή η μέθοδος μπορεί να έχει κάποιες δυσκολίες. Η ανάπτυξη επαφών και σχέσεων με εταιρείες τουρισμού και φιλοξενίας μπορεί να αποτελέσει εμπόδιο και χρονοβόρο. Οι εταιρείες ενδέχεται να μην είναι πρόθυμες να συνεργαστούν λόγω της εμπιστευτικότητας των πληροφοριών. Επιπλέον,

οι διευθυντές μπορεί να είναι απασχολημένοι με την προσέγγιση και μη συνεργάσιμοι στην παροχή βασικών πληροφοριών.

5.3.2. Μάθηση βάσει έργου (PBL)

Σύμφωνα με τους Henry, Hill και Leitch (2003) και τους Johannisson, Halvarsson και Lövnstål (2001), μια μαθησιακή προσέγγιση βασισμένη σε έργα είναι πιο αποτελεσματική στη διδασκαλία της επιχειρηματικότητας από τις μελέτες περιπτώσεων. Η εστίαση στα έργα των μαθητών λέγεται ότι αυξάνει τα κίνητρα των μαθητών (Kailer, 2010; Welter & Heinemann, 2007), λόγω της συναισθηματικής και πνευματικής εμπλοκής και της προσωπικής του συνάφειας με τον μαθητή (Robinson & Malach, 2007). Οι Robinson and Malach (2007) και Deale (2016) επεσήμαναν ότι οι μαθητές θα πρέπει επίσης να μάθουν να αντιμετωπίζουν αβέβαιες, πολύπλοκες και αγχωτικές καταστάσεις. Αφήνοντας τη ζώνη άνεσης κάποιου και δουλεύοντας υπό πίεση είναι μια σημαντική μαθησιακή εμπειρία για τους μελλοντικούς επιχειρηματίες (Robinson & Malach, 2007). Οι πειραματικές και βασισμένες στη δράση μαθησιακές δραστηριότητες, ακολουθούμενες από προβληματισμό, μπορούν να βοηθήσουν τους μαθητές να οικοδομήσουν εμπιστοσύνη στις ατομικές και ομαδικές δεξιότητές τους (Deale, 2016; Jones, 2010) επειδή εργάζονται σε πραγματικές επιχειρηματικές ρυθμίσεις.

5.3.3. Συμβουλευτική/καθοδήγηση

Ο Zachary (2000) περιγράφει έναν μέντορα ως «οδηγό στο πλάι» και όχι ως «σοφό στη σκηνή». Ωστόσο, ένας μέντορας μπορεί να οριστεί ως αξιόπιστος σύμβουλος, δάσκαλος, έμπιστος, συνήγορος και φίλος που μπορεί να διατεθεί επίσημα για σκοπούς εργασίας ή σπουδών. Κάθε ένας από αυτούς τους μέντορες φέρνει διαφορετική εμπειρία και ρόλους, επομένως είναι σημαντικό να κατανοήσει κανείς και να καθιερώσει αυτή τη μοναδική σχέση καθοδήγησης από την αρχή. Η καθοδήγηση έχει σχεδιαστεί για να διευκολύνει τόσο την προσωπική όσο και την επαγγελματική ανάπτυξη σε έναν καθοδηγούμενο, με την προθυμία ενός μέντορα να μοιραστεί ιδέες και γνώσεις. Αυτή η έννοια της μαθησιακής σύμπραξης ή του μοντέλου με επίκεντρο τη μάθηση επιτρέπει την εστίαση

στον καθοδηγούμενο και όχι στη διδασκαλία συγκεκριμένων δεξιοτήτων ή διαδικασιών. Η επιλογή συνεργασίας με έναν εξειδικευμένο προπονητή ή μέντορα μπορεί να βοηθήσει τα άτομα να επιτύχουν τους στόχους τους και να αυξήσουν την αποτελεσματικότητά τους στη συγκεκριμένη δουλειά ή εργασία με την οποία εμπλέκονται (Deale, 2016). Τα οφέλη για τον μέντορα περιλαμβάνουν ευκαιρίες για τόνωση από μια δύσκολη σχέση, ανάπτυξη δεξιοτήτων, γνώσεων και στάσεων που είναι απαραίτητες για την επιτυχή εφαρμογή της διαδικασίας ποιότητας, συμπεριλαμβανομένων των αναθεωρήσεων θεμάτων και των ασκήσεων συγκριτικής αξιολόγησης. Επιπλέον, ο μέντορας μπορεί επίσης να βελτιώσει τις οργανωτικές δεξιότητες και τη φήμη και να μάθει από τον καθοδηγούμενο και να αναλύσει τη δική του θεωρητική βάση μέσω της διερεύνησης θεμάτων που σχετίζονται με τη διδασκαλία, τη μάθηση, την αξιολόγηση και την αξιολόγηση.

5.3.4. Πρακτική άσκηση και συνεργασία με επιχειρηματίες

Ο κύριος στόχος της πρακτικής άσκησης είναι να επιτρέψει στους φοιτητές να εργαστούν για ένα χρονικό διάστημα σε μια πραγματική εταιρεία φιλοξενίας και τουρισμού, προκειμένου να αποκτήσουν την πραγματική εργασιακή εμπειρία. Μέσω των προγραμμάτων πρακτικής άσκησης, οι φοιτητές αποκτούν επίγνωση του επιχειρηματικού κόσμου και μαθαίνουν τις θεμελιώδεις δεξιότητες της έναρξης ή της διαχείρισης μιας επιχείρησης (Cheung, 2008). Οι Chen και Shen (2012) υποστήριξαν ότι η πρακτική άσκηση είναι πιο επιτυχημένη από άλλες στην προετοιμασία των φοιτητών για μια επιχειρηματική σταδιοδρομία. Η έννοια της ύπαρξης στο πραγματικό εργασιακό περιβάλλον είναι επίσης γνωστή ως τοποθετημένη μάθηση, η οποία μπορεί να εκφραστεί ως γνωστική μαθητεία (Olsen & Mykletun, 2012).

Η γνωστική μαθητεία παρέχει στους μαθητές την ευκαιρία να αποκτήσουν και να αναπτύξουν γνώσεις μαθαίνοντας από ένα εξειδικευμένο άτομο. Εισάγει τους μαθητές με ένα πραγματικό πλαίσιο πρακτικής εστιάζοντας στη σημασία του αυθεντικού πλαισίου που

παρατηρείται στην ομαδική εργασία, την αλληλεπίδραση και τη λήψη αποφάσεων για τη δημιουργία της πρότασης αξίας υπηρεσιών (Chan, Miller, & Monroe, 2009). Οι μαθητείες είναι μια φυσική προσαρμογή για ΗΤΡ, καθώς προσφέρουν επιχειρηματική εκπαίδευση προσαρμοσμένη σε μια συγκεκριμένη βιομηχανία.

Παρόλο που η μαθητεία θεωρείται πολύ αποτελεσματική στο ΗΤΡ, μια μελέτη των ιδιοκτητών μικρών επιχειρήσεων στις ΗΠΑ έδειξε κάποια διαφωνία σχετικά με το ποιες πτυχές των προγραμμάτων θα πρέπει να δοθεί έμφαση (Elmuti, Khouiry, & Omran, 2012). Ορισμένοι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων έθεσαν τον προϋπολογισμό και τη διαχείριση ταμειακών ροών ως το πιο σημαντικό, ενώ άλλοι κατέταξαν τη διαχείριση ανθρώπων ως προτεραιότητά τους. Ως εκ τούτου, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το περιεχόμενο, η στρατηγική και η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της μαθητείας παραμένουν σε μεγάλο βαθμό προς έρευνα.

5.3.5. Ξεκινήστε τη δική σας επιχείρηση

Ξεκινήστε τη δική σας επιχειρηματική μέθοδο έχει συχνά σχεδιαστεί για να βοηθήσει άτομα με περιορισμένη εργασιακή εμπειρία ή δεξιότητες, κάτι που ισχύει για τους περισσότερους προπτυχιακούς φοιτητές. Περιλαμβάνει κοινή δραστηριότητα έναρξης και λειτουργίας μιας πραγματικής επιχείρησης, όπως το μέγεθος της ομάδας, το ποσό του κεφαλαίου εκκίνησης, τον χρόνο προγραμματισμού, τον χρόνο λειτουργίας και τη διαχείριση του προϋπολογισμού (Malach & Malach, 2014). Σε αυτό το πρόγραμμα οι μαθητές ενθαρρύνονται να πάρουν ρίσκο και να δοκιμάσουν νέα πράγματα και στη συνέχεια να προβληματιστούν για τα αποτελέσματα των προσπαθειών τους για να κατανοήσουν γιατί πέτυχαν και δεν πέτυχαν κάποιο επιθυμητό αποτέλεσμα (Politis & Gabrielsson, 2009). Πολύ λίγα πανεπιστήμια και εκπαιδευτικά ιδρύματα έχουν υιοθετήσει αυτή τη μέθοδο λόγω του κινδύνου και της πολυπλοκότητάς της (Dhliwayo, 2008). Μεταξύ αυτών των λίγων ιδρυμάτων είναι το Babson College, το Stanford School of Business, το MIT Sloan School of Management, το London Business School και το Εθνικό Πανεπιστήμιο της Σιγκαπούρης, όπου ζητήθηκε από τους φοιτητές να

δημιουργήσουν και να διευθύνουν μικρές επιχειρήσεις στην πανεπιστημιούπολη και να εργαστούν σε μικρές συμβουλευτικές θέσεις εργασίας. Δεδομένης της σημασίας αυτής της μεθόδου, οι Neck, Greene και Brush (2014) ζήτησαν μια μεταρρύθμιση στην ΕΕ για να συμπεριλάβουν την έναρξη του δικού σας επιχειρηματικού προγράμματος. Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η έναρξη του δικού σας επιχειρηματικού προγράμματος είναι πολύ περιορισμένης εμβέλειας, καθώς επικεντρώνεται σε νεοσύστατες και μικρές επιχειρήσεις.

5. ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΣΤΗ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΚΑΙ ΣΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις στη διδασκαλία είναι είτε η διδασκαλία ενός τυποποιημένου αντικειμένου είτε η κάλυψη των αναγκών των μαθητών (Darling- Hammond, 2012). Εντός της ΕΕ, το τυποποιημένο γνωστικό αντικείμενο δίνει έμφαση στη θεωρία, τις επιστημονικές σκέψεις και την απόκτηση γνώσης, ενώ η εστίαση των φοιτητών δίνει έμφαση στις πρακτικές, επιχειρηματικές μεθόδους, στη δημιουργία αξίας και στη δράση. Το πρώτο είναι προβλέψιμο, εύκολο να μετρηθεί, ανταποκρίνεται στις «απαιτήσεις» της διαδικασίας των ΑΕΙ και υποδηλώνει παθητική μάθηση (όπως και κάθε άλλο μάθημα), ενώ το δεύτερο είναι απρόβλεπτο, δύσκολο να μετρηθεί, δεν συμμορφώνεται με τις θεσμικές διαδικασίες, δαπανηρό και απαιτεί ενεργητική μάθηση. Αν και προκλητική, ο κύριος στόχος ενός ΕΕ σε ΗΤΡ είναι να επιτευχθεί μια ολοκληρωμένη έμφαση και των δύο προσεγγίσεων.

Αυτό μπορεί να φανεί από τη δήλωση του Bill Bygrave (1993), Διευθυντή Επιχειρηματικών Σπουδών στο Babson College, όπου δήλωσε, «υπάρχουν δύο τρόποι για να καταστρέψετε ένα μάθημα επιχειρηματικότητας. Ο πρώτος τρόπος είναι να αποτελείται εξ ολοκλήρου από την πρακτική εφαρμογή. Ο δεύτερος τρόπος είναι να είναι εντελώς θεωρητικό». Σκεφτήκαμε ότι η αποτελεσματικότητα της μεθόδου διδασκαλίας εξαρτάται από τον στόχο της επιχειρηματικότητας και την

προηγούμενη εμπειρία του μαθητή. Ωστόσο, η εύρεση ενός τέλει συνδυασμού μεθόδων διδασκαλίας δεν είναι εύκολη. Ενσωματώνοντας μυριάδες προσεγγίσεις, μπορεί να προκαλέσει σύγχυση στους εκπαιδευτές και να δυσκολέψει τη διαχείρισή του. Μια πιθανή λύση σε αυτή τη δύσκολη θέση είναι να συνδυαστούν οι απαιτήσεις του θέματος, ενσωματώνοντας παράλληλα την πρακτική πλευρά του.

Συμφωνούμε με τον Gedeon (2014) και τους Valliere, Gedeon και Wise (2014) ότι κατά το σχεδιασμό ενός προγράμματος επιχειρηματικότητας, ειδικά εντός του HTP, είναι ζωτικής σημασίας να έχουμε έναν σωστό ορισμό του στόχου του προγράμματος. Χωρίς καλή κατανόηση της οντολογίας, θα είναι δύσκολο να διδάξουμε και να αξιολογήσουμε την αποτελεσματικότητα του μαθήματος. Γενικά, η ΕΕ έχει σχεδιαστεί για να εκθέτει τι είναι η επιχειρηματικότητα, να μεγιστοποιεί τις δυνατότητες τόνωσης των επιχειρηματικών χαρακτηριστικών και της διορατικότητας και τελικά να εξοπλίζει τους μαθητές με δράση. Ωστόσο, στην τρέχουσα βιβλιογραφία της ΕΕ, υπάρχει μεγάλη έμφαση στη διδασκαλία του "για" σε αντίθεση με το "περίπου". Αυτό φαίνεται στα σχόλια, τα επιχειρήματα και τα σχόλια σχετικά με τις συγκεκριμένες μεθόδους διδασκαλίας, ιδιαίτερα την παραδοσιακή προσέγγιση που απέτυχε να καλλιεργήσει τους μαθητές να γίνουν επιχειρηματίες. Οι Olsen και Mykletun (2012) υποστήριξαν σαφώς ότι θα πρέπει να δοθεί μεγάλη έμφαση στη διδασκαλία του «για» σε αντίθεση με το «περίπου» στην ΕΕ.

Προτείνουμε ότι θα πρέπει να υπάρχει μια συνεχής εξέλιξη της επιχειρηματικής ανάπτυξης στο πρόγραμμα επιχειρηματικότητας στο HTP. Στο επίπεδο "θεμελίωσης" της ΕΕ, είναι πιθανό ότι περισσότεροι μαθητές θα εγγραφούν στο μάθημα. Καθώς η έμφαση σε αυτό το στάδιο είναι η παροχή των απαραίτητων θεωρητικών γνώσεων, οι μαζικές διαλέξεις παρέχουν την πρακτικότητα και την «κάλυψη» της μετάδοσης της γνώσης. Οι τάξεις πρέπει να είναι ένας κόσμος ιδεών στον οποίο οι μαθητές μαθαίνουν θεωρίες που τους διδάσκουν τι πρέπει να κάνουν για να πετύχουν (Fiet, 2001). Ωστόσο, καθώς το ποσοστό «φθοράς» στο μάθημα αυξάνεται, είναι δυνατή η διεξαγωγή μικρότερων ομάδων μάθησης που επικεντρώνονται στη διαδραστική πτυχή της μάθησης. Οι φοιτητές σε

αυτό το στάδιο παρακινούνται περισσότερο από πιο δυναμικές μεθόδους διδασκαλίας, όπως επιχειρηματικά παιχνίδια και προσομοίωση, συνεντεύξεις με επιχειρηματίες τουρισμού υψηλής ανάπτυξης, διαλέξεις από επιχειρηματίες του τουρισμού, πρακτικές μελέτες περιπτώσεων και τεχνικές ομάδας και ομάδας για τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών ιδεών (Ahmad, 2015). Όταν οι μαθητές έφτασαν στο αποκορύφωμα του σταδίου δημιουργίας επιχειρήσεων, αυτό αποτελείται από μαθητές με υψηλά κίνητρα που μπορεί να επιθυμούν να δοκιμάσουν περαιτέρω τις ιδέες τους. Οι βιωματικές μέθοδοι όπως η συμβουλευτική και η πρακτική άσκηση είναι ιδιαίτερα κατάλληλες για το σκοπό αυτό.

Τα μαθήματα «For» επικεντρώνονται στη δημιουργία επιχειρηματικών νοοτροπιών και στην εξερεύνηση του πώς είναι να είσαι επιχειρηματίας. Η «σχετικά» με την επιχειρηματικότητα τείνει να βασίζεται σε μια παραδοσιακή παιδαγωγική των διαλέξεων και των σχολικών βιβλίων για να διερευνήσει τις τάσεις με τις μικρές επιχειρήσεις και τους τομείς και, ως εκ τούτου, αξιολογούνται μέσω πιο παραδοσιακών μεθόδων γραπτών εξετάσεων. Στο πλαίσιο αυτής της ταξινόμησης, αυτά τα μαθήματα διδάσκονται χρησιμοποιώντας σαφώς διαφορετικές παιδαγωγικές μεθόδους, καθώς και αξιολογούνται διαφορετικά. με τη διδασκαλία «για» να αναφέρεται στη συνεχή στόχευση της πρακτικής της μάθησης στην «τεχνογνωσία», στο «γνωρίζω ποιος» και στην «ανάγκη να γνωρίζω».

Υποστηρίζουμε ότι η μελέτη ενός μόνο επιχειρηματία (μέσω προσκεκλημένων ομιλητών και συνεντεύξεων) δεν μπορεί να εξηγήσει αποτελεσματικά τις διαφορές στα απρόοπτα και τους πόρους που πρέπει να διαχειριστεί ο επιχειρηματίας (Fiet, 2001). Καθώς υπάρχει υψηλό ποσοστό αποτυχίας μεταξύ των εκκολαπτόμενων επιχειρηματιών, η διδασκαλία των μαθητών να διαμορφώσουν τις προσπάθειές τους μετά από αυτόν τον πληθυσμό φαίνεται παράλογη. Είναι επίσης δύσκολο να συμπεράνουμε ότι μπορούμε να μάθουμε πολλά από τη μελέτη εκείνων που επιβιώνουν λόγω των διαμεσολαβητικών παραγόντων όπως η τύχη και η προκατάληψη. Προτείνουμε προσοχή στη χρήση επιχειρηματιών ως προσκεκλημένων ομιλητών εάν ο σκοπός μας είναι να διδάξουμε στους μαθητές τι πρέπει να κάνουν για να είναι επιτυχημένοι. Ωστόσο, οι

επιχειρηματίες, με κάποια βοήθεια από μελετητές, θα πρέπει να είναι σε θέση να αναπτύξουν πλαίσια έκτακτης ανάγκης στα οποία εξετάζουν τα γεγονότα και κάνουν προβλέψεις με βάση τις γνώσεις που αποκτήθηκαν από αποκλίνουσες θεωρητικές προοπτικές.

Κατά συνέπεια, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε πώς συμβαίνει η μάθηση, καθώς είναι κρίσιμη για την ανάπτυξη αποτελεσματικής στρατηγικής επιχειρηματικής μάθησης και διδασκαλίας. Μια ευρέως αναφερόμενη μαθησιακή ταξινόμηση στην εκπαίδευση βασίζεται στο Bloom (1956). Η ταξινόμηση του Bloom (1956) χωρίζει τους εκπαιδευτικούς στόχους σε τρεις αλληλεπικαλυπτόμενους «τομείς» - γνωστική (γνώση) συναισθηματική (στάση) και

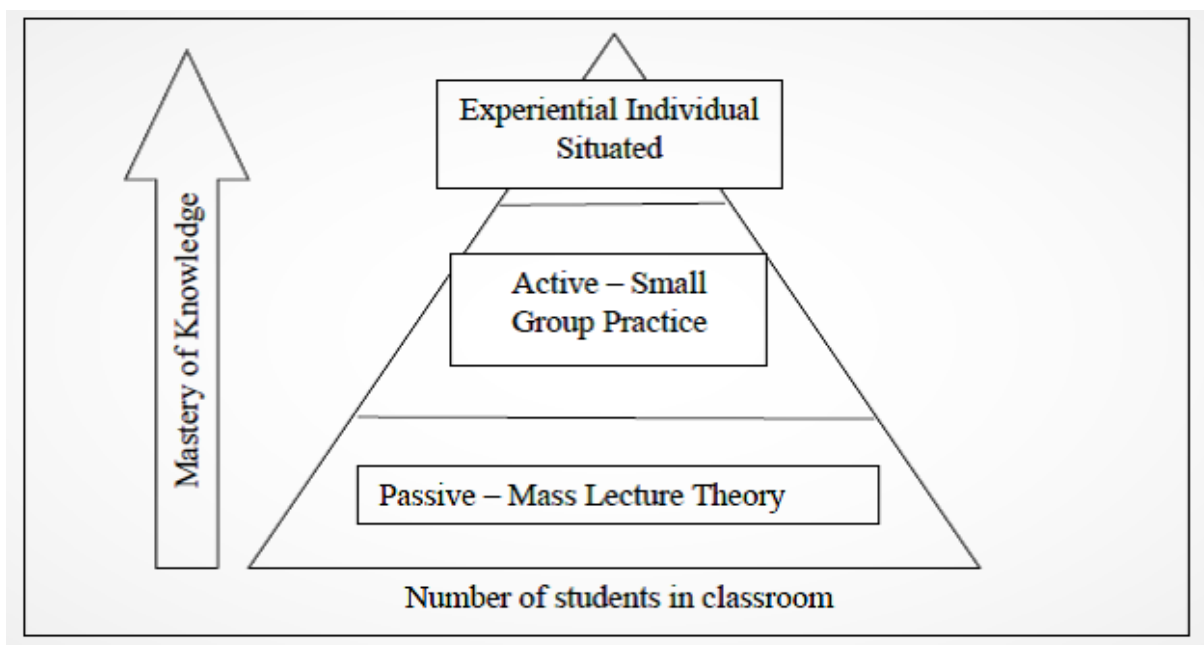


Fig. 1. Ιεράρχηση των μεθόδων μάθησης.

ψυχοκινητική (δεξιότητες). Κάθε τομέας διερευνάται ως ιεραρχία, η οποία αναπτύσσεται σε πολυπλοκότητα. Για να οικοδομήσουμε την κυριαρχία σε οποιονδήποτε από αυτούς τους τομείς, οι δεξιότητες χαμηλότερου επιπέδου μαθαίνονται πρώτα. καθώς η κυριαρχία δημιουργείται από την εργασία από χαμηλότερα έως υψηλότερα επίπεδα. Η πλήρης εκτίμηση αυτού του μοντέλου επηρεάζει σαφώς τη στρατηγική μάθησης που πρέπει να χρησιμοποιηθεί για την υποστήριξη της αποτελεσματικής μάθησης των μαθητών. Για παράδειγμα, για την

επίτευξη χαμηλότερων γνωστικών στόχων, όπως η μετάδοση γεγονότων ή γνώσεων, οι τεχνικές μαζικής διδασκαλίας (κυρίως παθητική προσέγγιση όπως οι διαλέξεις) είναι πιο αποτελεσματικές. Για να επιτευχθεί ο στόχος της συναισθηματικής, απαιτεί τη συμμετοχή των μαθητών στη μαθησιακή διαδικασία, η οποία επιτυγχάνεται αποτελεσματικότερα σε καινοτόμες προσεγγίσεις (όπως προσομοιώσεις επιχειρήσεων). Τέλος, προκειμένου να επιτευχθούν οι δεξιότητες που απαιτούνται στον συγκεκριμένο κλάδο, οι βιωματικές προσεγγίσεις είναι οι πιο αποτελεσματικές (όπως το mentee και η πρακτική εκπαίδευση).

Με βάση την ταξινόμηση του Bloom, επιλέγεται στη συνέχεια η αντίστοιχη προσέγγιση της παθητικής, ενεργητικής ή βιωματικής. Για το γνωστικό επίπεδο, η έμφαση δίνεται στην ανάπτυξη της γνώσης (θέματα που αφορούν την επιχειρηματικότητα). Ως εκ τούτου, οι τεχνικές μαζικής διδασκαλίας όπως η διάλεξη είναι πιο αποτελεσματικές στη μετάδοση πληροφοριών για ανάκληση. Καθώς το επίπεδο μετακινείται στο συναισθηματικό, θα πρέπει να επιλεγεί μια πιο κατάλληλη μέθοδος για την καλλιέργεια επιχειρηματικών χαρακτηριστικών που στοχεύουν στους μαθητές. Θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν μέθοδοι όπως επιχειρηματικές προσομοιώσεις και συμβουλευτικές υπηρεσίες. Όσον αφορά την ψυχοκινητική, προτείνεται μια πιο πρακτική μέθοδος που έδινε έμφαση στη βιωματική γνώση. Στη βιομηχανία φιλοξενίας και τουρισμού, αυτό είναι ένα σημαντικό στάδιο όπου δίνονται έμφαση στις πρακτικές και βιωματικές μεθόδους (τοποθετημένη μάθηση) (Olsen & Mykletun, 2012). Εν ολίγοις, υποστηρίζουμε ότι η κατανόηση του στόχου του προγράμματος και η ταξινόμηση μάθησης είναι τα θεμέλια μιας αποτελεσματικής στρατηγικής διδασκαλίας και μάθησης της ΕΕ στο ΗΤΡ. Το σχήμα 1 απεικονίζει τη συζήτησή μας σχετικά με την ιεραρχία των μεθόδων μάθησης.

Με βάση τις επεξεργασμένες συζητήσεις και αναλύσεις του θέματος, ο Πίνακας 1 συνοψισε διάφορες παιδαγωγικές μεθόδους και τις ταξινομήσεις τους. Μπορούμε να συμπεράνουμε ότι κάθε μέθοδος διδασκαλίας έχει τα δικά της πλεονεκτήματα και περιορισμούς.

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΚΑΙ ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ

Ο κύριος στόχος αυτής της εργασίας ήταν να συζητήσει και να επισημάνει θέματα που σχετίζονται με την αποτελεσματικότητα των τρεχουσών μεθόδων διδασκαλίας της ΕΕ στο ΗΤΡ. Βάσει της ανάλυσής μας, μπορούν να προταθούν ορισμένα συμπεράσματα και συστάσεις. Υποστηρίζουμε ότι η «προέλευση» προς τις περίπλοκες συζητήσεις για την αποτελεσματικότητα της διδασκαλίας στην ΕΕ, ιδιαίτερα η κριτική προς τις παθητικές ή παραδοσιακές προσεγγίσεις, οφείλεται στην προκατάληψη προς τον στόχο της επιχειρηματικότητας «για». Για να επιδεινωθεί το θέμα, δεν υπάρχει συνέπεια μεταξύ των εκπαιδευτικών επιχειρηματικότητας για το πώς πρέπει να μοιάζει ένα ολόκληρο πρόγραμμα ή μάθημα. Αυτά τα επιχειρήματα βασίστηκαν σε μια ανάλυση 18 διαφορετικών μαθημάτων επιχειρηματικότητας που παρείχαν οι συμμετέχοντες σε ένα retreat για μελετητές επιχειρηματικότητας, η οποία έδειξε ότι το μάθημα έχει κάλυψη 116 διαφορετικών θεμάτων (Fiet, 2001). Το περιεχόμενο των μαθημάτων ποικίλλει τόσο πολύ που ήταν δύσκολο να συμπεράνουμε αν έχουν ακόμη και κοινό σκοπό (Fiet, 2001). Πρόσφατοι μελετητές (Olsen & Mykletun, 2012; Βαν ντερ Σλούις, Βαν Πράαγκ, & Vijverberg, 2008; Weaver, Dickson, & Solomon, 2005) έχουν εκφράσει την ίδια ανησυχία ότι οι εκπαιδευτές επιχειρηματικότητας διδάσκουν διαφορετικά πράγματα κάτω από την ίδια ομπρέλα μαθημάτων επιχειρηματικότητας.

ΕΕ πρόγραμμα σε ΗΤΡ θα πρέπει να αναπτυχθεί με βάση το πλαίσιο που περιλαμβάνει ένα κοινό στόχο, η οποία θα αντιστοιχεί στην ταξινόμηση της μάθησης και τη σχετική μεθοδολογία διδασκαλίας. Κάθε μέθοδος διδασκαλίας έχει τα δικά της πλεονεκτήματα και περιορισμούς. Παρά την τεράστια κριτική στις παραδοσιακές προσεγγίσεις, είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι η πιο συχνά χρησιμοποιούμενη μέθοδος διδασκαλίας στην τάξη σε πολλές χώρες παραμένει σχετικά παραδοσιακή. Τα ευρήματα αυτά επιβεβαιώνουν εκείνα των Hytti και O'Gorman (2004), οι οποίοι ανέλυσαν 50 προγράμματα επιχειρηματικής εκπαίδευσης που απευθύνονται σε όλα τα επίπεδα εκπαίδευσης στην Αυστρία, την Ιρλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο ότι οι μέθοδοι διδασκαλίας που

χρησιμοποιούνται (σε φθίνουσα συχνότητα εμφάνισης) είναι οι εξής: «παραδοσιακές» μέθοδοι διδασκαλίας, επιχειρηματικές προσομοιώσεις, εργαστήρια, συμβουλευτική / καθοδήγηση, δημιουργία επιχείρησης, επισκέψεις μελέτης, παιχνίδια και διαγωνισμοί, και πρακτική άσκηση. Ένας εύλογος λόγος για αυτό θα μπορούσε να είναι οι ίδιοι οι στόχοι της ΕΕ. Μια μελέτη 15 κορυφαίων προγραμμάτων επιχειρηματικής εκπαίδευσης των ΗΠΑ διαπίστωσε ότι ο πρωταρχικός στόχος για την πλειονότητα των προγραμμάτων ήταν να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση και η κατανόηση της επιχειρηματικότητας ως διαδικασίας (Hamidi, Wennberg, & Berglund, 2008). Ο δεύτερος σημαντικός στόχος ήταν η αύξηση της ευαισθητοποίησης των μαθητών σχετικά με την επιχειρηματικότητα ως δυνατότητα σταδιοδρομίας. Αυτό δείχνει το επιχείρημά μας ότι οι κατάλληλες μέθοδοι διδασκαλίας εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από το στάδιο και τον στόχο της επιχειρηματικής μάθησης.

Table 1
Classifications of teaching methods adopted in entrepreneurship education.

Objective	Approach	Domain	Implication	Method	Strengths	Limitations
About	Passive	Cognitive	Description	Lecture and Exam	• Can provide up-to-date information • Easier to control class • Can focus on specific issues ad topics • Course materials can be easily updated • Face-to face interaction • Illustrate real business context • Effective in linking theory and practice • Improve problem solving and decision making skills • Interactive educational process • engages students' minds and enhances their learning more	• Potential of low students' participation • Less effective with students who prefer active learning experimentation
				Case Study	• Create business strategy • Can improve writing skills • Involves preparation and research • Provides hands-on learning experience • Effective in developing team-work skills • Able to see the effects of decision • May provide latest information from the industry • Real life examples • First-hand information • Connect to real world • Allow students to observed real business environment	• Outdated case material • No best answers/solutions • Require much time of discussions • Instructor can dominate the discussions
				Business Plan	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Difficult to access information • Students may seek additional guidance
In	Active	Affective	Prediction	Business Simulation Games	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Costly • Can be time-consuming • Lack of realism
				Guest Speaker	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Costly • May not connect theory to practice
				Business Visits and Field Trips	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Difficult to access to companies
For	Experiential	Psychomotor	Action	Consultancy Project	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Companies may not be cooperative • Not suitable for undergraduate students • Students may unable to propose meaningful recommendations • Students can lose direction
				Problem-based Learning	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Students may experience a sense of tight control • Difficult to access students' learning • Companies may not be cooperative • May be difficult to access students' performance at the companies
				Counselling/Mentoring	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Students may experience a sense of tight control • Difficult to access students' learning • Companies may not be cooperative • May be difficult to access students' performance at the companies
				Practical Training and Working with Entrepreneurs	• Develops research skills • Lead to contact with business community • Develops problem-solving skills • Put knowledge into practice • Students may work independently • May develop team-work skills • Provides hands-on guidance • Focus discussion • Lead to direct contact with business people • Improves communication skills • Direct observation of business activities • Independent learning process	• Students may experience a sense of tight control • Difficult to access students' learning • Companies may not be cooperative • May be difficult to access students' performance at the companies

Derived from Ahmad (2015); Balan (2014); Biagio and Mark (2014); Fatoki (2014); Arasti et al. (2012); Darling-Hammond (2012); Smith et al. (2010); Cheng et al. (2009); Béchard, J.-P., and Grégoire, D. (2007); Carrier (2007); Okumus and Wong (2005).

Ο Fiet (2000) εξηγεί ότι οι εκπαιδευτές βασίζονται σε μεθόδους που βασίζονται σε διαλέξεις επειδή μπορούν εύκολα να επιτευχθούν και απαιτούν λιγότερες επενδύσεις. Από την άλλη, με την πρακτική έννοια, οι περισσότερες από τις προτεινόμενες μεθόδους διδασκαλίας που

βασίζονται στη δράση είναι δαπανηρές και κατά κάποιο τρόπο δεν ευθυγραμμίζονται καλά με το συμβατικό πανεπιστημιακό σύστημα διδασκαλίας (Mwasalwiba, 2010). Ως εκ τούτου, θα ήταν αντιπαραγωγικό να συνεχίσουμε να υποστηρίζουμε ότι μια συγκεκριμένη μέθοδος διδασκαλίας είναι αναποτελεσματική στην «ενεργοποίηση» των μαθητών για να γίνουν επιχειρηματίες. Ούτε αξίζει τον κόπο να συνεχίσουμε να λαμβάνουμε ανατροφοδότηση από τους μαθητές ότι μια συγκεκριμένη μέθοδος διδασκαλίας είναι «βαρετή» και αναποτελεσματική απλώς και μόνο επειδή οι μαθητές δεν «βλέπουν» ή δεν «παίρνουν» τα άμεσα οφέλη. Κάθε μέθοδος διδασκαλίας εξυπηρετεί έναν συγκεκριμένο σκοπό και είναι σημαντικό να συμπληρώνει τη συνολική διαδικασία της επιχειρηματικότητας. Με βάση την ανάλυση και τη συζήτηση αυτής της εργασίας, φαίνεται ότι τα βασικά χαρακτηριστικά της αποτελεσματικότητας της διδασκαλίας στην ΕΕ θα πρέπει να βασίζονται στα θεμέλια της ΕΕ που βασίζονται σε σαφή ορισμό και στόχους, μαθησιακή προσέγγιση και επιχειρηματικό στάδιο. Ταυτόχρονα, οι εκπαιδευτικοί επιχειρηματικότητας πρέπει να έχουν ένα πλούσιο ρεπερτόριο διδακτικών στρατηγικών, την ικανότητα να συνδυάζουν προσεγγίσεις και τη γνώση του πώς και πότε να χρησιμοποιούν ορισμένες μεθόδους και στρατηγικές. Η εύρεση της σωστής ισορροπίας είναι ιδιαίτερα σημαντική στο πρόγραμμα σπουδών ΗΤΡ, καθώς η βιομηχανία είναι εξαιρετικά πρακτική, πιο προσανατολισμένη στις υπηρεσίες, και hands-on σε σύγκριση με τους περισσότερους τομείς.

Τέλος, οι διευκολύνσεις των ΑΕΙ και οι «κανόνες» και διαδικασίες διδασκαλίας περιορίζουν την πιθανή εισαγωγή οποιασδήποτε «καινοτόμου» παιδαγωγικής διδασκαλίας. Οι μη παραδοσιακές μέθοδοι διδασκαλίας, όπως η πρόσκληση προσκεκλημένων ομιλητών και επιχειρηματικών προτύπων, οι επιχειρηματικές προσομοιώσεις και οι μελέτες πεδίου χρησιμοποιούνται σπάνια λόγω διαδικαστικής πολυπλοκότητας (Fatoki, 2014). Για να εξοπλιστούν επαρκώς οι μαθητές για τη μελλοντική τους σταδιοδρομία, υπάρχει ανάγκη επέκτασης των παιδαγωγικών μεθόδων και εισαγωγής καινοτόμων προσεγγίσεων, ενθαρρύνοντας τις δραστηριότητες υπό την καθοδήγηση των μαθητών στην τάξη για την προώθηση της συμμετοχής στη μαθησιακή διαδικασία,

τονίζοντας παράλληλα τη σημασία των υποκείμενων θεωριών (Deale, 2016). Τα ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα πρέπει να είναι πιο ευέλικτα και εξυπηρετικά, ώστε να επιτρέπουν στους εκπαιδευτές επιχειρηματικότητας να πειραματίζονται στις αίθουσες διδασκαλίας.

Τελικά, πιστεύουμε ότι πρέπει να γίνουν περισσότερες μελέτες για τον προσδιορισμό της αποτελεσματικότητας της αντίστοιχης μεθόδου διδασκαλίας. Οι μελλοντικές μελέτες πρέπει να είναι σαφείς σχετικά με τη σχέση των σχετικών παραγόντων με την αποτελεσματικότητα της επιλεγμένης παιδαγωγικής. Οι Olsen και Mykletun (2012) υποστήριξαν ότι για την αποτελεσματική επιχειρηματική εκπαίδευση θα πρέπει να υπάρχει σχέση μεταξύ των στόχων του προγράμματος επιχειρηματικότητας, του κοινού στο οποίο παραδίδεται το πρόγραμμα, του περιεχομένου των μαθημάτων επιχειρηματικότητας, της μεθόδου παράδοσης ή παιδαγωγικής και τέλος της μεθόδου αξιολόγησης. Αυτά τα θέματα μελετήθηκαν μεμονωμένα ή δεν συζητήθηκαν σε προηγούμενες μελέτες. Ελπίζουμε ότι η συζήτηση σε αυτό το έγγραφο θα είναι χρήσιμη για την ανάλυση των κατευθύνσεων της δημοσιευμένης έρευνας και επίσης για τον καθορισμό της μελλοντικής ερευνητικής ατζέντας.

ΠΗΓΕΣ

- Ahmad, S. Z. (2015). Entrepreneurship education in tourism and hospitality programs. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 27(1), 20–29.
- Arasti, Z., Falavarjani, M., & Imanipour, N. (2012). A study of teaching methods in entrepreneurship education for graduate students. *Higher Education Studies*, 2(1), 2–10.
- Ardley, B., & Taylor, N. (2010). The student practitioner: Developing skills through the marketing research consultancy project. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(7), 847–861.

- Balan, S. M. (2014). Methods and means used in teaching entrepreneurship in high school can improve entrepreneurial skills. *International Journal of Management*, 5(7), 51–61.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Béchard, J.-P., & Grégoire, D. (2007). Archetypes of pedagogical innovation for entrepreneurship in higher education: Model and illustrations. In A. Fayolle (Ed.). *Handbook of research in entrepreneurship education volume 1: A general perspective* (pp. 261–284). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Bechard, J. P., & Toulouse, J. M. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 317–332.
- Bennett, R. (2006). Business lecturers' perception of the nature of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(3), 165–188. <https://doi.org/10.1108/13552550610667440>.
- Biagio, P., & Mark, U. (2014). Is the case study method an effective pedagogical method for students to learn the fundamentals of financial accounting? *Proceeding american society of business and behavioral sciences*, 21st annual conference, las vegas february 20–23. Available [http://asbbs.org/files/ASBBS2014/PDF/P/Pilato_Ulrich\(P541-554\).pdf](http://asbbs.org/files/ASBBS2014/PDF/P/Pilato_Ulrich(P541-554).pdf).
- Bill Bygrave, W. D. (1993). Personal conversation quoted in Fiet, J.O. (2000). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16, 101–117.
- Bloom, B. S. (1956). (The Cognitive Domain, Longman London) *Taxonomy of educational objectives*, Vol. 1.

- Bosma, N., & Levie, J. (2010). Global entrepreneurship monitor: 2009 global report Boston, MA: Global Entrepreneurship Research Association.
- Brizek, M., & Khan, M. (2008). Understanding corporate entrepreneurship theory: A literature review for culinary/food service academic practitioners. *Journal of Culinary Science & Technology*, 6(4), 221–255.
- Brockhaus, R. H., Hills, G. E., Klandt, H., & Welsch, H. P. (Eds.). (2001). *Entrepreneurship education: A global view*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- Carrier, C. (2007). Strategies for teaching Entrepreneurship: What else beyond lectures, case studies and business plan? In A. Fayolle (Vol. Ed.), *Handbook of research in entrepreneurship education*. Vol. 1. *Handbook of research in entrepreneurship education* (pp. 143–159). Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing.
- Chan, P., Miller, R., & Monroe, E. (2009). Cognitive apprenticeship as an instructional strategy for solving corporate training challenges. *TechTrends: Linking Research and Practice to Improve Learning*, 53(6), 35–41.
- Chen, T., & Shen, C. (2012). Today's intern, tomorrow's practitioner? – The influence of internship programmes on students' career development in the hospitality industry. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 11(1), 29–40.
- Cheng, M. Y., Chan, W. S., & Mahmood, A. (2009). The effectiveness of entrepreneurship education in Malaysia. *Education+Training*, 1(7), 555–566.
- Cheung, C. (2008). Entrepreneurship education in Hong Kong's secondary curriculum. *Education+Training*, 50, 500–515.

- Chief Scientist (2015). Australian government office of the chief scientist. Boosting High-impact Entrepreneurship in Australia: A Role for Universities. Available <http://www.chiefscientist.gov.au/wp-content/uploads/Boosting-High-Impact-Entrepreneurship.pdf>.
- Darling-Hammond, L. (2012). Creating a comprehensive system for evaluating and supporting effective teaching. Stanford, CA: Stanford Center for Opportunity Policy in Education.
- Deale, C. S. (2016). Entrepreneurship education in hospitality and tourism: Insights from entrepreneurs. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 16(1), 20–39.
- Deale, C., O'Halloran, R., Jacques, P., & Garger, J. (2010). An examination of current hospitality and tourism teaching methods. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 22(2), 20–29.
- Dhliwayo, S. (2008). Experiential learning in entrepreneurship education: A prospective model for south african tertiary institutions. *Education+Training*, 50(4), 329–340.
- Dickerson, P., & Nash, B. A. (1999). Nurse entrepreneurs as educators. *American Journal of Nursing*, 99, 25–26.
- Echtner, C. M. (1995). Entrepreneurial training in developing countries. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 119–134.
- Elmuti, D., Khoury, G., & Omran, O. (2012). Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and venture effectiveness? *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 83.
- Fatoki, O. (2014). An examination of the teaching methods for entrepreneurship at a south african university. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(23), 512–518.

- Fayolle, A. (2007). Essay on the nature of entrepreneurship education. [Online] Available http://www.kmu.unisg.ch/rencontres/RENC2006/Topics06/A/Rencontres_2006_Fayolle.pdf.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning Processes in Entrepreneurship Education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593.
- Fiet, J. O. (2000). The pedagogical side of entrepreneurship theory. *Journal of Business Venturing*, 16, 101–117.
- Fiet, J. (2001). The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 1.
- Gedeon, S. A. (2014). Application of best practices in university entrepreneurship Education: Designing a new MBA program. *European Journal of Training and Development*, 38(3), 231–253.
- Gendron, G. (2004). Practitioners' perspectives on entrepreneurship education. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 302–314.
- Gibb, A. (2005). Towards the entrepreneurial university: Entrepreneurship education as a lever for change. Policy Paper No. 003Birmingham: National Council for Graduate Entrepreneurship.
- Gibb, A., & Price, A. (2014). A compendium of pedagogies for teaching entrepreneurship. International entrepreneurship educators programme. [ncee.org.uk/wpcontent/uploads/2013/ ... /Compendium-of-Pedagogies.pdf](http://ncee.org.uk/wpcontent/uploads/2013/.../Compendium-of-Pedagogies.pdf).
- Gose, B. (1997). A crafts program teaches students the fine art of making a living. *Chronicle of Higher Education*, B8–B9.

- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646–669.
- Hamidi, D. Y., Wennberg, K., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 15(2), 304–320.
- Handscombe, R. D., Rodriguez-Falcon, E., & Patterson, E. A. (2008). Embedding enterprise in science and engineering departments. *Education+Training*, 50, 615–625.
- Harkema, S., & Schout, H. (2008). Incorporating student-centred learning in innovation and entrepreneurship education. *European Journal of Education*, 43(4), 513–526. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1465-3435.2008.00372.x>.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2003). *Entrepreneurship education and training*. Aldershot: Ashgate.
- Henry, C., & Treanor, L. (2010). Entrepreneurship education and veterinary medicine: Enhancing employable skills. *Education + Training*, 52(8/9), 607–623.
- Hindle, K. (2007). Teaching entrepreneurship at university: From the wrong building to the right philosophy. In A. Fayolle (Vol. Ed.), *Handbook of research in entrepreneurship education*. Vol. 1. *Handbook of research in entrepreneurship education* (pp. 143–159). Cheltenham (UK): Edward Elgar Publishing.
- Honig, B. (2004). A contingency model of business planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 258–273.
- Hospitalitynet (2016). Hospitality: A world of opportunities for young entrepreneurs. Available <http://www.hospitalitynet.org/news/4076923.html>.

- Hunt, Barbara C. (2009). Teacher effectiveness: A review of the international literature and its relevance for improving education in Latin America. Washington, DC: PREAL.
- Hytti, U., & O'Gorman, C. (2004). What is “enterprise education”? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries. *Education+Training*, 46(1), 11–23.
- Ismail, M. Z. (2010). Developing entrepreneurship education: Empirical findings from malaysian polytechnics Unpublished Ph.D. Thesis. University of Hull <http://ethos.bl.uk/OrderDetails.do?uin=uk.bl.ethos.519234>.
- Jamieson, I. (1984). Schools and enterprise. In A. G. Watts, & P. Moran (Eds.). *Education for enterprise, careers research and advisory centre (CRAC)* (pp. 19–27). Cambridge.
- Johannisson, B., Halvarsson, D., & Löfstål, E. (2001). stimulating and fostering entrepreneurship through university training - learning within an organizing context. In R. H. Brockhaus, G. E. Hills, H. Klandt, & H. P. Welsch (Eds.). *Entrepreneurship education: A global view* (318-340). Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- Jones, C. (2010). Entrepreneurship education: Revisiting our role and its purpose. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 500–513.
- Jones, C., & English, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education+Training*, 48, 416–423.
- Kailer, N. (2010). Entrepreneurship education at universities in German-speaking countries: Empirical findings and proposals for the design of university-wide concepts. In A. Fayolle (Ed.). *Handbook of research in entrepreneurship education volume 3: International perspectives* (pp. 248–273). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

- Keys, B., & Wolfe, J. (1990). The role of business simulation and management games in education and research. *Journal of Management*, 16(2), 307–336.
- Kirby, D. (2004). Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge? *Education+Training*, 46(8/9), 510–519.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–598.
- Leenders, M. R., Mauffette-Leenders, L. A., & Erskine, J. A. (2001). *Writing cases* (4th ed.). Ivey Publishing, Ivey Business School.
- Lourenco, F., & Jones, O. (2006). Developing entrepreneurship Education: Comparing traditional and alternative teaching approach. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4, 111–140.
- Maguire, S., & Guyer, C. (2004). Preparing geography, earth and environmental science students for employment in the enterprise culture. *Journal of Geography in Higher Education*, 28, 369–379.
- Malach, R. L., & Malach, S. E. (2014). Start your own business assignment in the context of experiential entrepreneurship education. *Journal of Higher Education Outreach and Engagement*, 18(1), 169–186.
- Mangan, K. S. (2004). Entrepreneurs in every department. *Chronicle of Higher Education*, 50, A10–A11.
- Marzano, R. (2007). *The art and science of teaching: A comprehensive framework for effective instruction*. Alexandria: ASCD.
- McKeachie, W. J. (2002). *McKeachie's teaching tips: Strategies, research, and theory for college and university teachers*. Boston, MA: Houghton Mifflin.

- McKeown, J., Cindy, M., Srikanth, R. S., Kelly, S., & Lynn, M. (2006). Graduate entrepreneurship education in the United Kingdom. *Education+Training*, 48(8/9), 597–613 London.
- Morrison, A., Carlsen, J., & Weber, P. (2010). Small tourism business research change and evolution. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 739–749.
- Musa, M. B. (2009). Archive for the an education system worthy of Malaysia category. Assessed on 10 March 2016 from <http://www.bakrimusa.com/archives/category/an-education-system-worthy-of-malaysia> .
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education+Training*, 52(1), 20–47.
- Neck, H., Greene, P., & Brush, C. (2014). *Teaching entrepreneurship: A practice-based approach*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Norasmah, Othman, et al. (2008). Entrepreneurial studies in institute of higher Learning: Methods for delivering entrepreneurship education, in enhancing the quality of higher education through Research: Shaping the future. The Ministry of Higher Education, Malaysia (MoHE).
- Okumus, F., & Wong, K. F. (2005). In pursuit of contemporary content for courses on strategic management in tourism and hospitality schools. *International Journal of Hospitality Management*, 24(2), 259–279.
- Olsen, M. A., & Mykletun, R. J. (2012). Entrepreatality: Entrepreneurship education in the hospitality industry [Electronic version]. Retrieved [10 March 2016], from
- Cornell University, School of Hospitality Administration site <http://scholarship.sha.cornell.edu/articles/35>.

- Padilla, P. M., White, J. F., Bovee, C., & McQueen, M. E. (2011). An innovative, interdisciplinary healthcare entrepreneurship and innovation program for medical students. USASBE 2011 Proceedings (pp. 48–61). Available from: <http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsDocs/2011/PaperID110.pdf>.
- Pardo, C. A. (2013). Is business creation the mean or the end of entrepreneurship education? A multiple case study exploring teaching goals in entrepreneurship education. *Journal of Technology Management Innovation*, 8(1), 1–10.
- Pittaway, L., & Cope, J. (2006). Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. National Council for Graduate Entrepreneurship. Working Paper 002/2006. 1–33 <http://www.ncge.org.uk/research.php>.
- Politis, D., & Gabrielsson, J. (2009). Entrepreneurs' attitudes towards failure: An experiential learning approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(4), 364–383.
- Porter, L. W. (1994). The relation of entrepreneurship education to business education. *Simulation & Gaming*, 25(3), 416.
- Rae, D. (2003). Opportunity centered learning: An innovation in enterprise education? *Education & Training*, 45(8/9), 542–549.
- Rae, D., & Carswell, M. (2000). Using a life-story approach in researching entrepreneurial learning: The development of a conceptual model and its implications in the design of learning experiences. *Education & Training*, 42(4/5), 220–228.
- Ratten, V. (2011). Sport-based entrepreneurship: towards a new theory of entrepreneurship and sport management. *International Entrepreneurship Management*, 7, 57–69.

- Read, C., & Kleiner, B. (1996). Which training methods are effective? *Management Development Review*, 9(2), 24–29.
- Rengiah, P. (2013). Effectiveness of entrepreneurship education in developing entrepreneurial intentions among Malaysian university students DBA thesis. Lismore, NSW: Southern Cross University.
- Rideout, E., & Gray, D. (2013). Does entrepreneurship education really Work? A review and methodological critique of the empirical literature on the effects of university-based entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 329–351.
- Robinson, P., & Malach, S. (2007). Multi-disciplinary entrepreneurship clinic: Experiential education in theory and practice. In A. Fayolle (Ed.). *Handbook of research in entrepreneurship education volume 1: A general perspective* (pp. 173–186). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Ronstadt, R. (1987). The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education is beginning. *American Journal of Small Business*, 11(4), 37.
- Sandage, S., Cook, K., Hill, P., Strawn, B., & Reimer, K. (2008). Hermeneutics and psychology: A review and dialectical model. *Review of General Psychology*, 12(4), 344–364. <http://dx.doi.org/10.1037/1089-2680.12.4.344>.
- Sanders, D. P., & McCutcheon, G. (1986). The development of practical theories of teaching. *Journal of Curriculum and Supervision*, 2(1), 50–67.
- Sewell, P., & Pool, L. D. (2010). Moving from conceptual ambiguity to operational clarity: Employability, enterprise, and entrepreneurship in higher education. *Education and Training*, 52(1), 89–94.

- Shepherd, D. A. (2004). Educating entrepreneurship students about emotion and learning from failure. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 274–287.
- Smith, B. R., Kickul, J., & Coley, L. (2010). Using simulation to develop empathy and motivate agency: An innovative pedagogical approach for social entrepreneurship education. In A. Fayolle (Ed.). *Handbook of research in entrepreneurship education volume 3: International perspectives* (pp. 13–24). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168–182.
- Solomon, G. T., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002). The state of entrepreneurship education in the United States: A nationwide survey and analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 65–86.
- Tasnim, N. (2012). Playing Entrepreneurship: Can games make a difference? *Entrepreneurial Practice Review*, 2(4), 4–18.
- Valliere, D., Gedeon, S. A., & Wise, S. (2014). A comprehensive framework for entrepreneurship education. Conference proceedings, EEP entrepreneurship education project conference Tampa Florida 28–29 March 2014.
- Van der Sluis, J., Van Praag, M., & Vijverbery, W. (2008). Education and entrepreneurship selection and performance: a review of the empirical literature. *Journal of Economic Surveys*, 22(5), 795–841.
- Volkmann, C., Wilson, K. E., Mariotti, S., Rabuzzi, D., Vyakarnam, S., & Sepulveda, A. (2009). Educating the next wave of entrepreneurs. Retrieved February 22, 2011, from World Economic Forum https://members.weforum.org/pdf/GEI/2009/Entrepreneurship_Education_Report.pdf.

- Weaver, M., Dickson, P., & Solomon, G. (2005). What is known and not known about the links between education and entrepreneurial activity. The small business economy for data year 2005: A report to the president Washington, DC.
- Welter, F., & Heinemann, D.. Gründerstudie 06/07 der Universität Siegen: Auf dem Weg zur Unternehmer-Uni. (2007). Retrieved March 25, 2011, from Universitätsbibliothek Siegen http://dokumentix.ub.uni-siegen.de/opus/volltexte/2007/293/pdf/Gruenderstudie_ cited from Kleemann, M. (2011). Insights in Entrepreneurship Education: Integrating Innovative Teaching Practices. Master Thesis in Business Administration. Jönköping International Business School. Jönköping University.
- White, R. J., Hertz, G. T., & D'Souza, R. (2010). Entrepreneurship education Pedagogy: Using technology to learn about fundable business plans in: 14th annual conference (Nciia) (San Francisco).
- Zachary, L. (2000). The Mentor's guide. San Francisco: Jossey-Bass.

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ

Η ημερομηνία έναρξης για την Επαρχιακή Διεύθυνση Εθνικής Εκπαίδευσης Μαμακ είναι το έτος 1984. Οι μονάδες της διοίκησής μας αποτελούνται από 9 κλάδους και 20 τμήματα παράλληλα με τη δομή του Υπουργείου Εθνικής Παιδείας σύμφωνα με το Νομοθετικό Διάταγμα Αρ. 652. Αυτές οι μονάδες είναι Μονάδα Βασικής Εκπαίδευσης, Μονάδα Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, Μονάδα Επαγγελματικής και Τεχνικής Εκπαίδευσης, Μονάδα Ειδικής Αγωγής και Συμβουλευτικής, Μονάδα Δια Βίου Εκπαίδευσης, Μονάδα Κατασκευών, Μονάδα Επεξεργασίας Δεδομένων και Τεχνολογιών Εκπαίδευσης, Μονάδα Ανάπτυξης Στρατηγικής, Νομική Μονάδα, Μονάδα Ανθρώπινου Δυναμικού, και Μονάδα Υπηρεσιών Υποστήριξης.

Η Μονάδα Διοίκησης αποτελείται από 1 Επαρχιακό Διευθυντή Εκπαίδευσης, 9 Διευθυντές Κλάδων, 20 Προϊσταμένους Κλάδων και 150 υπαλλήλους. Επίσης, εντός της διοίκησής μας υπάρχουν 12 εκπαιδευτικοί που εργάζονται με πλήρη και μερική

απασχόληση. Υπάρχουν πάνω από 300 εκπαιδευτικά ιδρύματα (κρατικά και ιδιωτικά) συμπεριλαμβανομένων σχολείων πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, σχολεία πρωτοβάθμιας δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, θρησκευτικά επαγγελματικά σχολεία δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, λύκεια Ανατολίας, επαγγελματικά σχολεία, θρησκευτικά επαγγελματικά λύκεια, Κέντρα Επιστημών και Τεχνών, Κέντρα Εφαρμογών Ειδικής Αγωγής, Συμβουλευτικό και Ερευνητικό Κέντρο και Δημόσια Εκπαιδευτικά Κέντρα.

Επίσης, στη διοίκηση λειτουργεί Μονάδα Έρευνας και Ανάπτυξης έως και Τομέας Ανάπτυξης Στρατηγικής. Η Μονάδα Έρευνας και Ανάπτυξης (E&A) αποτελείται από 7 άτομα συνολικά. Τα διεθνή και εθνικά έργα της περιοχής διαχειρίζονται συντονιστές έργων E&A.

Η Επαρχιακή Διεύθυνση Εθνικής Εκπαίδευσης Mamak προσπαθεί να προετοιμάσει τα παιδιά και τους νέους στη ζωή με μια διορατικότητα της ανθρωποκεντρικής αντίληψης της εκπαίδευσης, παρέχοντας μια βάση για στοχευμένες εναλλακτικές λύσεις στα έργα της. Η Διεύθυνση συνεχίζει με πάθος τις εργασίες της για να πλαισιώσει την αντίληψη ότι κυριαρχούν οι κοινές αξίες και πεποιθήσεις που μοιράζονται τα άτομα. Λειτουργεί προς τη συλλογή, την επεξεργασία, τη μετάδοση, τη χρήση των πληροφοριών και την παραγωγή νέων πληροφοριών.

Η Περιφερειακή Διεύθυνση Εθνικής Εκπαίδευσης Mamak εργάζεται για να παρακολουθεί τις εξελίξεις σε όλους τους τομείς της εκπαίδευσης για να εξοπλίσει τους μαθητές ώστε να γίνουν ικανοί να ανταγωνίζονται σε μια δύσκολη εποχή για να γίνουν καλοί άνθρωποι, καλοί επαγγελματίες και καλοί πολίτες για τη χώρα και ολόκληρο τον κόσμο. Γιατί στον 21ο αιώνα η εκπαίδευση είναι η θεμελιώδης διάσταση της ατομικής, κοινωνικής και καθολικής ανάπτυξης.

Ολοκληρωμένα και σε εξέλιξη έργα στο πλαίσιο του Έργου Erasmus+;

- Erasmus+ KA1 VET Staff Mobility, 2014-1-TR01-KA102-004888
- Erasmus+ KA3 Structured Dialog, 2018-2-TR01-KA347-060411
- Erasmus+ KA3 VET, 609050-EPP-1-2019-1-PT-EPPKA3-VET-NETPAR, 12 Εκδηλώσεις για Διακρατικά και Εθνικά δίκτυα ΕΕΚ
- Erasmus+ KA1 VET, 2020-1-TR01-KA102-088189, Πρόωρη πρακτική άσκηση στην Ευρώπη
- Erasmus+ KA2 Youth, 2020-3-TR01-KA205-097360, Εκπαίδευση Τεχνητής Νοημοσύνης για Νέους

- Erasmus+ KA2 School, 2020-1-ES01-KA226-SCH-095226, Παρακινητικές τεχνικές διαλογισμού για την ευνοϊκή μνήμη και προσοχή των μαθητών με προβλήματα όρασης
- Erasmus+ KA2 School, 2021-1-ES01-KA210-SCH-000034294, Τεχνολογική ενημέρωση στις σχολικές ομάδες διαχείρισης TUSIM
- Erasmus+ KA2 School, 2021-1-IT02-KA220-SCH-000032518, QUID: Ποιότητα, Ένταξη & Ψηφιοποίηση
- Erasmus+ KA2 School, 2021-1-FR01-KA220-SCH-000032655, Περιεκτικός και Βιώσιμος Τουρισμός Παιχνιδιοποίηση στη Σχολική Εκπαίδευση-ISTO
- Erasmus+ KA2 School, 2022-1-FR01-KA220-SCH-000087053, Ενεργοποίηση της σχολικής ένταξης παιδιών μεταναστών και προσφύγων μέσω παρεμβάσεων κοινωνικής και συναισθηματικής μάθησης για την αντιμετώπιση ψυχοκοινωνικού τραύματος.